

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**


ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

**другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу**

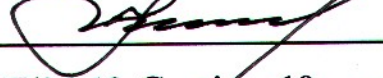


ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради  **Ігор ЦЕПЕНДА**
(протокол № 4 від "26" квітня 2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію з

«01» вересня 2022 р.

Ректор  **Ігор ЦЕПЕНДА**
(наказ № 47/06-12-С від «10» травня 2022 р.)



м. Івано-Франківськ 2022 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми


ЗАПРОПОНОВАНО:

Гарант освітньої програми
Члени робочої групи


 проф. Благун І.І.

 доц. Гречаник Н.Ю.
 доц. Шурпа С.Я.

ВНЕСЕНО:

Кафедра менеджменту і маркетингу
Протокол № 7 від «10» 12 2021 р.
Завідувач кафедри  Романюк М.Д.

ПОГОДЖЕНО:

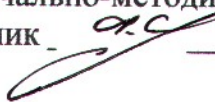
Вченою радою економічного факультету
Протокол № 1 від «28» 01 2022 р.
Голова вченої ради  Благун І.С.

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказ ректора № 47/06-12-Б від «10» травня 2022 р.

ВВЕДЕНО У ДІЮ З:

«10» травня 2022 р.

Навчально-методичний відділ
Начальник  Солонець І. Ф.

ПЕРЕДМОВА

У Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» провадиться з 1998 року.

За відсутності стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», ОП «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено відповідно до Наказу МОН України №1151 від 06.11.2015р. «Про затвердження переліку галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затверджено Вченою Радою Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (протокол №7 від 30.08.2016 р.) та надано чинності Наказом ректора університету № 50/06-13-с від 31.08.2016р.

ОП встановлювала нормативний зміст навчання, вимогу до змісту, обсягу та рівня освітньо-професійної підготовки магістра з спеціальності «Маркетинг». Програмою визначено перелік навчальних дисциплін циклів загальної та професійної підготовки (в тому числі практичної підготовки та вибіркового дисциплін), кількість кредитів ECTS (90) та обсяг годин.

Після затвердженого МОН України Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ № 960 від 10.07.2019 р.) у 2020 році на основі цього Стандарту було приведено у відповідність ОП «Маркетинг», затверджено Вченою Радою Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (протокол №4 від 26.04.2022 р.) та введено в дію Наказом ректора університету № 47/06-12-с від 10.05.2022 р.

В даній освітній програмі були враховані зауваження та побажання стейкхолдерів (студентів, роботодавців, громадської організації), для забезпечення привабливості ОП «Маркетинг» на ринку освітніх послуг, освітня програма була переглянута та приведена у відповідність до положення про «Порядок підготовки документів для проведення ліцензування спеціальностей Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника».

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Вона розроблена на компетентністному підході підготовки магістра у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» та визначає програмні результати навчання.

У 2022 р. дану освітню програму оновлено із врахуванням пропозицій стейкхолдерів.

Освітньо-професійну програму другого (магістерського) рівня розроблено робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

Проектна група спеціальності 075 «Маркетинг»			
№	ППП	Посада	Науковий ступінь, звання
1.	Благу́н Іван Іванович (гарант)	професор кафедри менеджменту і	доктор економічних наук, доцент
2.	Гречаник Наталія Юріївна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
3.	Шурпа Світлана Ярославівна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
Залучені стейкхолдери			
№	ППП	Приналежність стейкхолдерів (здобувач вищої освіти, випускник, роботодавець, зацікавлена сторона тощо)	
1.	Король Роман Олегович	Роботодавець, директор з маркетингу ТОВ «Надія»	
2.	Харук Роман Романович	Депутат міської ради, радник міського голови м. Івано-Франківськ, підприємець, голова ГО «Науково – аналітичний центр розвитку Івано-Франківської об'єднаної територіальної громади»	
4.	Марцінків Руслан Романович	Міський голова м. Івано-Франківськ	
5.	Гулей Мар'яна Василівна	Випускник програми	
6.	Кубарич Тарас Володимирович	Підприємець, випускник програми	

Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1. Загальна інформація	
Повна назва навчального закладу та структурного	Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника Економічний факультет Кафедра менеджменту і маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	075 Маркетинг
Офіційна назва програми	«Маркетинг»
Акредитуюча інституція	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
Тип диплому та обсяг програми	Диплом магістра, одиничний Обсяг освітньо-професійної програми - 90 кредитів ЄКТС.
Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти: FQ-ЕНЕА - другий цикл, EQF-LLL - 7 рівень, НРК - 7 рівень
Передумови	Диплом бакалавра, диплом спеціаліста / магістра. Умови вступу визначають правила прийому до навчального закладу.
Обмеження щодо форм навчання	Очне (денне) або заочне (дистанційне)
Мова(и) викладання	Українська
Освітня кваліфікація	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність - 075 «Маркетинг» Освітня програма - Маркетинг

2.	<p align="center">Мета освітньої програми</p>
	<p>Програма розроблена відповідно до стратегії та місії університету, спрямована на формування системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, здатних забезпечити ефективне виконання випускником складних задач маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій.</p>
3.	<p align="center">Характеристика програми</p>
<p align="center">Предметна область, напрям</p>	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>

<p>Орієнтація програми</p>	<p>Освітньо-професійна. Програма орієнтує на вивчення сукупності актуальних теоретичних та практичних питань у сфері маркетингу, забезпечує формування повного комплексу фахових компетенцій для ефективної маркетингової діяльності та можливість подальшого професійного зростання.</p>
<p>Особливості та відмінності</p>	<p>Особливість освітньої програми досягається переліком навчальних компонент, вивчення яких забезпечується досягнення цілей навчання, формування відповідних компетентностей та програмних результатів, а також можливість викладання окремих компонент англійською мовою.</p>
<p>4.</p>	<p>Придатність до працевлаштування та подальшого навчання</p>
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Фахівець - маркетолог магістерського рівня здатний виконувати роботу в розрізі професійних груп та професійних назв робіт відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010): 1210.1 Начальник агентства (рекламно-інформаційного). 1233 Директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу. 1234 Начальник відділу (з реклами, зав'язків з громадськістю). 1317 Директор малої фірми (рекламної); керуючий агентством (рекламним). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зав'язків з громадськістю. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 2310.2 Асистент; викладач вищого навчального закладу. 2419.1. Науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник- консультант (маркетинг).</p>
<p>Академічні права випускників</p>	<p>Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>

5.	Викладання та оцінювання
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання.</p> <p>Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет, самостійна робота на основі рекомендованих літературних джерел та ресурсів системи дистанційної освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.</p>
Система оцінювання	<p>Види контролю: поточний, тематичний, модульний, підсумковий (екзамен/залік), контроль самостійної роботи студента.</p> <p>Форми контролю: поточне опитування, тестовий контроль, письмові ессе, консультації з викладачами, презентація, захист звітів з практики; захист курсових робіт; усно - письмові екзамени, заліки.</p> <p>Підсумкова атестація – захист кваліфікаційної роботи.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється на основі 100-бальної шкали, визначеною ЄКТС.</p>
6.	Програмні компетентності
Інтегральна компетентність	<p>Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p>
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>

<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p>7.</p>	<p>Програмні результати навчання</p>
	<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її</p>

	<p>реалізації.</p> <p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом: задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення</p>
8.	Ресурсне забезпечення реалізації програми
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми є штатними

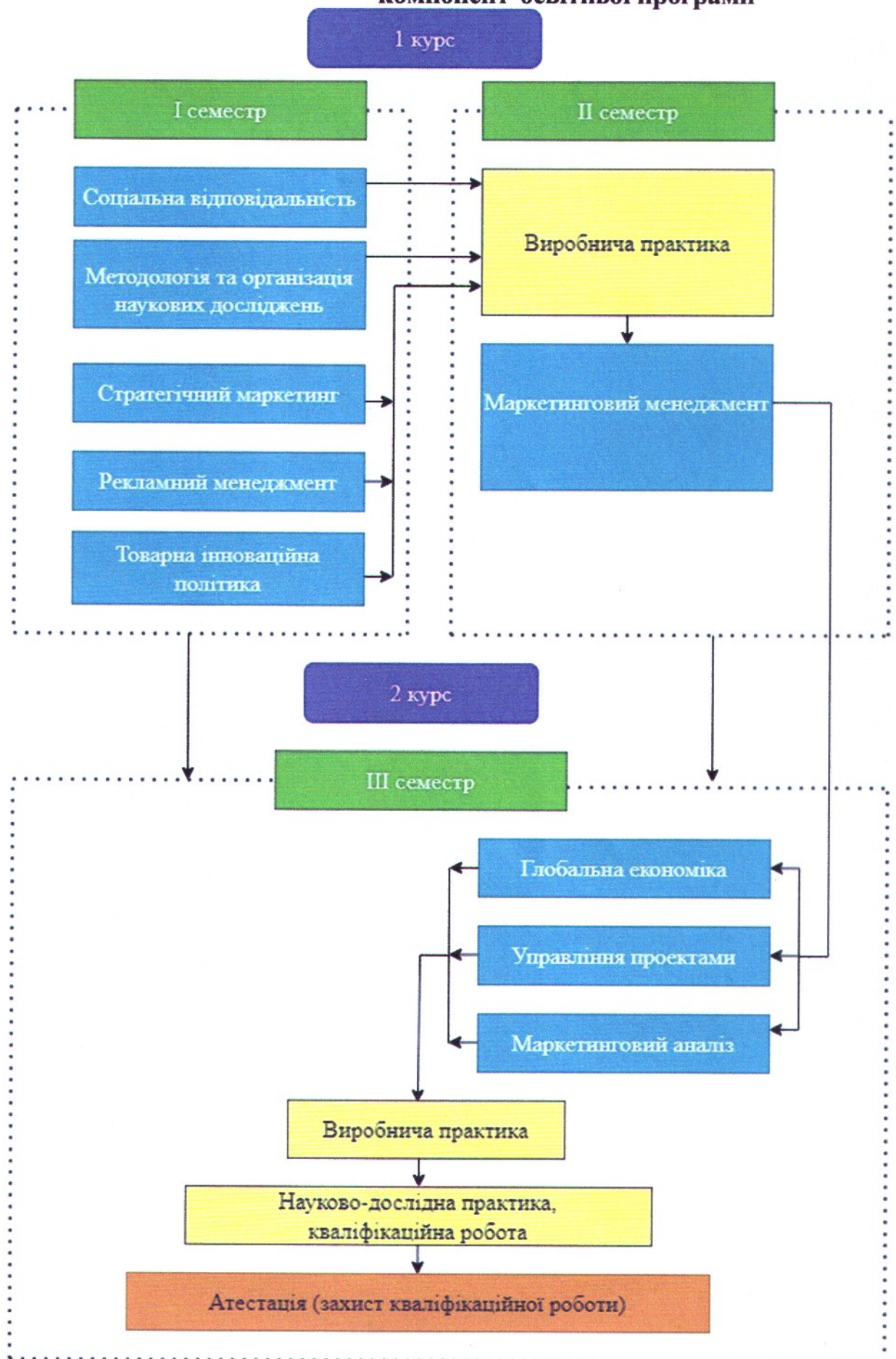
	<p>Співробітниками Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації.</p> <p>До навчального процесу можливе залучення фахівців–практиків від підприємств, установ, організацій, а також професійних асоціацій та об'єднань для викладання окремих дисциплін.</p> <p>До викладання дисциплін англійською мовою допускаються працівники, що мають рівень не менше В2 володіння англійською мовою .</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально - виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний сайт університету https://pnu.edu.ua/, сайт кафедри https://kmim.pnu.edu.ua/ .</p> <p>Навчальний процес забезпечується інформаційними, навчальними, методичними ресурсами, платформою дистанційного навчання https://d-learn.pnu.edu.ua/, електронний репозитарій http://lib.pu.if.ua:8080/, корпоративна пошта. Матеріали оновлюються на адаптуються до цілей освітньої програми. Функціонують комп'ютерні класи, наукова бібліотека університету та читальні зали http://lib.pnu.edu.ua/, соціальна інфраструктура , спортивні зали, студентський простір «Параграф».</p>
9.	Академічна мобільність
Національна кредитна мобільність	<p>Національна академічна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» та закладів–партнерів.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Прикарпатським національним університетом імені Василя Стефаника та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.</p>

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньої програми (ОП)

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна	Кількість	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОК1.	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 2.	Глобальна економіка	3	екзамен
ОК 3.	Соціальна відповідальність	3	залік
ОК 4.	Управління проектами	3	залік
Всього за циклом 1.1		12	
1.2. Цикл професійної підготовки			
1.2.1. Теоретична підготовка			
ОК 5.	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОК 6.	Маркетинговий менеджмент	6	екзамен
ОК 7.	Рекламний менеджмент	6	екзамен
ОК 8.	Товарна інноваційна політика	3	екзамен
ОК 9.	Маркетинговий аналіз	3	екзамен
Всього за циклом 1.2.1.		24	
1.2.2. Практична підготовка			
ОК 10.	Виробнича практика	12	Диференційований залік
ОК 11.	Науково-дослідна практика, кваліфікаційна робота	15	Диференційований залік
Всього за циклом 1.2.2.		27	
Всього за циклом 1.2.		51	
ОК 16.	Атестація (захист кваліфікаційної роботи)	3	публічний захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 12.	Вибіркова дисципліна 1	6	екзамен
ВК 13.	Вибіркова дисципліна 2	6	залік
ВК 14.	Вибіркова дисципліна 3	6	залік
ВК 15.	Вибіркова дисципліна 4	6	залік
Всього за циклом		24	
Загальний обсяг вибірових компонент:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:		90	

2.2. Структурно логічна схема освітньої програми (ОП)
Короткий опис логічної послідовності вивчення
компонент освітньої програми



3.ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форма атестації	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не допускається академічний плагіат, фальсифікація та списування.</p>
Атестація здобувачів	<p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників.</p> <p>Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Вона працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.</p> <p>Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення закладу вищої освіти приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.</p> <p>Атестація здійснюється відкрито і публічно.</p>

Гарант освітньо-професійної програми _____  _____ Благун І.І.

**4.Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми
4.1.Обов'язкові компоненти**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
	Методологія та організація наукових досліджень	Глобальна економіка	Соціальна відповідальність	Управління проектами	Стратегічний маркетинг	Маркетинговий менеджмент	Рекламний менеджмент	Товарна інноваційна політика	Маркетинговий аналіз	Виробнича практика за фахом	Науково-дослідна практика	Атестація
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК2		+	+				+	+		+	+	+
ЗК3						+			+	+	+	+
ЗК4		+	+							+	+	+
ЗК5			+							+	+	+
ЗК6	+			+	+				+	+	+	+
ЗК7				+				+		+	+	+
ЗК8	+			+	+	+			+	+	+	+
СК1		+		+			+	+		+	+	+
СК2	+	+		+			+	+		+	+	+
СК3	+			+					+	+	+	+
СК4						+	+			+	+	+
СК5	+			+	+	+		+	+	+	+	+
СК6	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
СК7	+			+	+	+		+	+	+	+	+
СК8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК9		+		+				+		+	+	+

Гарант освітньо-професійної програми _____



Благун І.І.

**5.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

5.1.Обов'язкові компоненти

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
	Методологія та організація наукових досліджень	Глобальна економіка	Соціальна відповідальність	Управління проектами	Стратегічний маркетинг	Маркетинговий менеджмент	Рекламний менеджмент	Товарна інноваційна політика	Маркетинговий аналіз	Виробнича практика за фахом	Науково-дослідна практика	Атестація
ПРН 1			+	+				+		+	+	+
ПРН 2		+					+	+		+	+	+
ПРН 3	+			+	+	+			+	+	+	+
ПРН 4		+	+		+					+	+	+
ПРН 5	+						+			+	+	+
ПРН 6		+		+	+	+				+	+	+
ПРН 7							+		+	+	+	+
ПРН 8			+			+				+	+	+
ПРН 9		+					+			+	+	+
ПРН 10	+			+		+		+		+	+	+
ПРН 11					+			+	+	+	+	+
ПРН 12				+	+	+		+	+	+	+	+
ПРН 13						+	+		+	+	+	+
ПРН 14	+	+	+							+	+	+
ПРН 15	+			+					+	+	+	+

Гарант освітньо-професійної програми _____



Благун І.І.

6. ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Система внутрішнього забезпечення якості вищої визначається Положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» та складається з таких процедур і заходів, передбачених законом «Про вищу освіту»:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективного системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

Вибіркові дисципліни кафедри менеджменту і маркетингу до навчального плану на 2022-2023 р. за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти .

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики,	Кількіс ть	Форма підсумк.
1	2	3	4
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1.	Медіа-планування	6	екзамен
ВК 2.	Регіональний маркетинг	6	екзамен
ВК 3.	Управління лояльністю споживачів	6	залік
ВК 4.	Цифровий маркетинг	6	залік
ВК 5.	Логістичний менеджмент	6	залік
ВК 6.	Маркетинг некомерційних організацій	6	залік
ВК 7.	Крос-культурний менеджмент (англійська мова)	6	залік
ВК 8.	Прогнозування у маркетингу	6	залік

Гарант освітньої програми



проф. Благун І.І.