

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою
ДонНУ імені Василя Стуса
Протокол № ____ від _____
Голова Вченої ради
_____ Олександр ШЕНДРИК

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ № _____ від _____
Ректор
_____ Ілля ХАДЖИНОВ

ПРОЄКТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ / MARKETING

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	_____ ДРУГИЙ _____
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	_____ МАГІСТР _____
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	_____ 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ _____
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	_____ 075 МАРКЕТИНГ _____

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
МАРКЕТИНГ / MARKETING**

РЕКОМЕНДОВАНО

Радою з якості вищої освіти
ДонНУ імені Василя Стуса
Протокол № ___ від _____
Заступник голови Ради з якості,
проректор з наукової та навчальної
роботи
_____ Сергій РАДІО

РЕКОМЕНДОВАНО

Вченої радою економічного
факультету
Протокол № ___ від _____
Голова вченої ради
_____ Тетяна ОРЄХОВА

Експерт з якості

спеціальності 075 Маркетинг
_____ Олена БОЄНКО

Декан економічного факультету

_____ Тетяна ОРЄХОВА

ІНІЦІЙОВАНО:

Кафедрою маркетингу
та бізнес-аналітики
Протокол № 10 від 25.03.2024 р.

Завідувач кафедри
_____ Олена БОЄНКО

ПРОЄКТНА ГРУПА

Гарант:
_____ Олена БОЄНКО

Члени групи:
_____ Сергій СЕГЕДА
_____ Тетяна ЯНЧУК

РЕЦЕНЗЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Буднікевич Ірина Михайлівна - завідувачка кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, докторка економічних наук, професорка

Храпкіна Валентина Валентинівна - професорка кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, докторка економічних наук, професорка

Перевозова Ірина Володимирівна – Голова Івано-Франківського регіонального осередку ВГО «Українська Асоціація Маркетингу», Голова Івано-Франківського регіонального представництва Індустріального гендерного комітету по рекламі; завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, докторка економічних наук, професорка

Фаринюк Наталія Володимирівна – директор відділу маркетингу ТОВ «Компанія МАКОШ»

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ

1 - Загальна інформація	
Тип диплому та обсяг програми (в кредитах ЄКТС)	Одиничний, тривалість програми – 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
Заклад вищої освіти	Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine
Акредитаційна організація	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
Період акредитації	Сертифікат про акредитацію НД 0289364 від 21 серпня 2017 р., термін дії – 01 липня 2025 р.
Рівень програми	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл (Second cycle), EQF LLL – 7 рівень (level 7), рівень освіти - другий (магістерський)
Обмеження щодо форм навчання	Немає
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Degree Master Спеціальність – 075 «Маркетинг» Program Subject Area 075 Marketing Спеціалізація – немає Освітня програма – Маркетинг Study Program Marketing
Міжнародна стандартна класифікація освіти	0414 Marketing and advertising
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, магістра, (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Опис ОПП Маркетинг, СО Магістр
2 - Мета освітньої програми	
Забезпечити підготовку високоінтелектуальних фахівців в сфері маркетингу, які здатні вирішувати практичні проблеми і розв'язувати складні задачі в професійній діяльності із застосуванням інноваційного підходу, креативного та критичного мислення, нових досягнень теорії і практики маркетингу, аналітичних інструментів та програм, необхідних для проведення досліджень, формування маркетингової системи взаємодії, розробки та реалізації маркетингових стратегій, управління маркетингом та проектами в умовах невизначеності задля розбудови України	

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Опис предметної області	<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-категоріальний 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, методики 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>
Фокус програми: загальна / спеціальна	<p>Загальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, управління маркетингом, маркетингові стратегії, управління рекламною діяльністю, моделювання, прогнозування, аналітика в маркетингу, управління проектами.</p>
Орієнтація програми	Освітньо-професійна
Особливості програми	Особливості освітньо-професійної програми полягають у наступному: - поєднання традиційних та інноваційних форм навчання через інтерактивні компоненти програми та використання засобів віртуальних комунікацій;

	<ul style="list-style-type: none"> - опанування дисциплін із застосуванням універсальних та спеціалізованих інформаційних систем та програмних продуктів; - спрямованість програми на підготовку крос-галузевих фахівців, здатних до інноваційного та креативного мислення; - унікальний підхід при формуванні індивідуальної освітньої траєкторії за допомогою програмного забезпечення; - урахування досвіду магістерських програм з маркетингу провідних іноземних університетів при top-10-universities-masters-marketing-degrees]
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Магістр маркетингу здатний працювати на підприємствах, організаціях та установах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні).</p> <p>Випускник може реалізувати себе на ринку праці на підприємствах будь-якої галузі промисловості; в торгівлі; в сфері послуг; в фінансовій сфері; в сфері інтернет-маркетингу (таргетингу, SEO, SMM, E-mail-маркетингу); в рекламній галузі; в сфері освіти.</p> <p>Магістр маркетингу може займати посади (за ДК 003:2010):</p> <ul style="list-style-type: none"> 1210.1 Керівники підприємств, установ та організацій 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання 1238 Керівники проєктів та програм 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні 1319 Керівники інших малих підприємств без апарату управління 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі

	<p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p>
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Можуть набути додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Підходи до викладання та навчання	<p><i>Стратегії навчання:</i> студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання.</p> <p>Форми і методи навчання, яким віддається перевага на ОПП «Маркетинг»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - активні (кейси; проблемні, ділові ігри; дискусії; розробка проєктів; творчі завдання; аналітично-дослідницька робота); - активно-пасивні (консультації з викладачами, підготовка та публікація наукових статей/тез доповідей, написання та захист курсової роботи, підготовка кваліфікаційної (магістерської) роботи).
Система оцінювання	<p>Відповідно до Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти, що діє у ДонНУ імені Василя Стуса:</p> <p><i>Поточний контроль</i> (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, захист проєктних робіт, тощо);</p> <p><i>Підсумковий контроль</i> (усні та письмові екзамени, заліки; захист звіту з науково-дослідної практики, курсової роботи).</p> <p><i>Атестація</i> здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи.</p>
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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>	<p>ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<p>Спеціальні (фахові), компетентності (СК)</p>	<p>СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. <i>СК 10. Здатність демонструвати професійні знання у сфері маркетингу високих технологій, сервісу інноваційних продуктів, маркетингового аналізу та комерціалізації нововведень.</i></p>

7 - Програмні результати навчання

ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.

ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН 16. Вміти керувати маркетинговими службами інноваційно-активних підприємств, установ, організацій.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>До реалізації освітньо-професійної програми залучаються науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформувати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми.</p> <p>Гарант, члени проєктної групи і група забезпечення спеціальності відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності.</p> <p>До викладання професійних дисциплін залучаються практики та бізнес-тренери.</p> <p>Кадровий склад, задіяний в навчальному процесі, відповідає «академічній» та «професійній» кваліфікації. Всі члени групи забезпечення спеціальності мають публікації в індексованих наукометричних виданнях Scopus та WoS.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень повністю відповідає пп. 33-35 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p> <p>Університет надає можливість безкоштовного доступу до наукометричних баз даних «Scopus» та «Web of Science», повнотекстових електронних колекцій книг та журналів проєкту Research4Life, що містить понад 200 000 ресурсів, з IP-адрес Університету».</p> <p>Матеріально-технічне забезпечення ДонНУ імені Василя Стуса включає: навчальні корпуси, Хмельницьку філію «Бізнес-інноваційний центр «ДонНУ – Поділля», наукову бібліотеку з читальними залами в кожному корпусі, функціонуючий репозиторій, сучасні навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, міжкафедральну навчально-методичну лабораторію організаційно-методичного забезпечення підготовки фахівців у сфері міжнародних економічних відносин та маркетингу.</p> <p>Всі навчальні корпуси забезпечені безкоштовний доступ до мережі Інтернет завдяки технології Wi-Fi.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p><i>Інформаційний пакет:</i></p> <p>Інформаційне забезпечення включає доступ до:</p> <ul style="list-style-type: none">- онлайн-бібліотеки Університету;- електронної бази наукових журналів;- бази електронних бібліотечних ресурсів світу. <p><i>Навчально-методичне забезпечення:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> - силабуси навчальних дисциплін та робочі програми практичної підготовки; - посібники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій; - методичні вказівки до написання курсової роботи; лабораторних практикумів, практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти; - інші навчально-методичні матеріали. <p>Навчально-методичні матеріали освітніх компонент розташовано на порталі економічного факультету, дистанційній платформі Moodle та OneDrive (з наданням доступу здобувачам вищої освіти), в Google Classroom та корпоративній платформі Microsoft Teams (Microsoft 365).</p>
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Реалізується в Донецькому національного університету імені Василя Стуса відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами: Положенням про реалізацію права на академічну мобільність в Донецькому національному університету імені Василя Стуса, Положенням про організацію освітньої діяльності в ДонНУ імені Василя Стуса.</p> <p>Перезарахування кредитів на основі ЄКТС, які отримано під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, отриманих здобувачем.</p> <p>Здобувачі вищої освіти ОПП «Маркетинг» в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та тренінги.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Організація міжнародної кредитної мобільності здійснюється відповідно до програм («Еразмус+») та договорів про співробітництво між Університетом та закладами вищої освіти країн-партнерів.</p> <p>Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено.

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

2.1 Перелік освітніх компонент

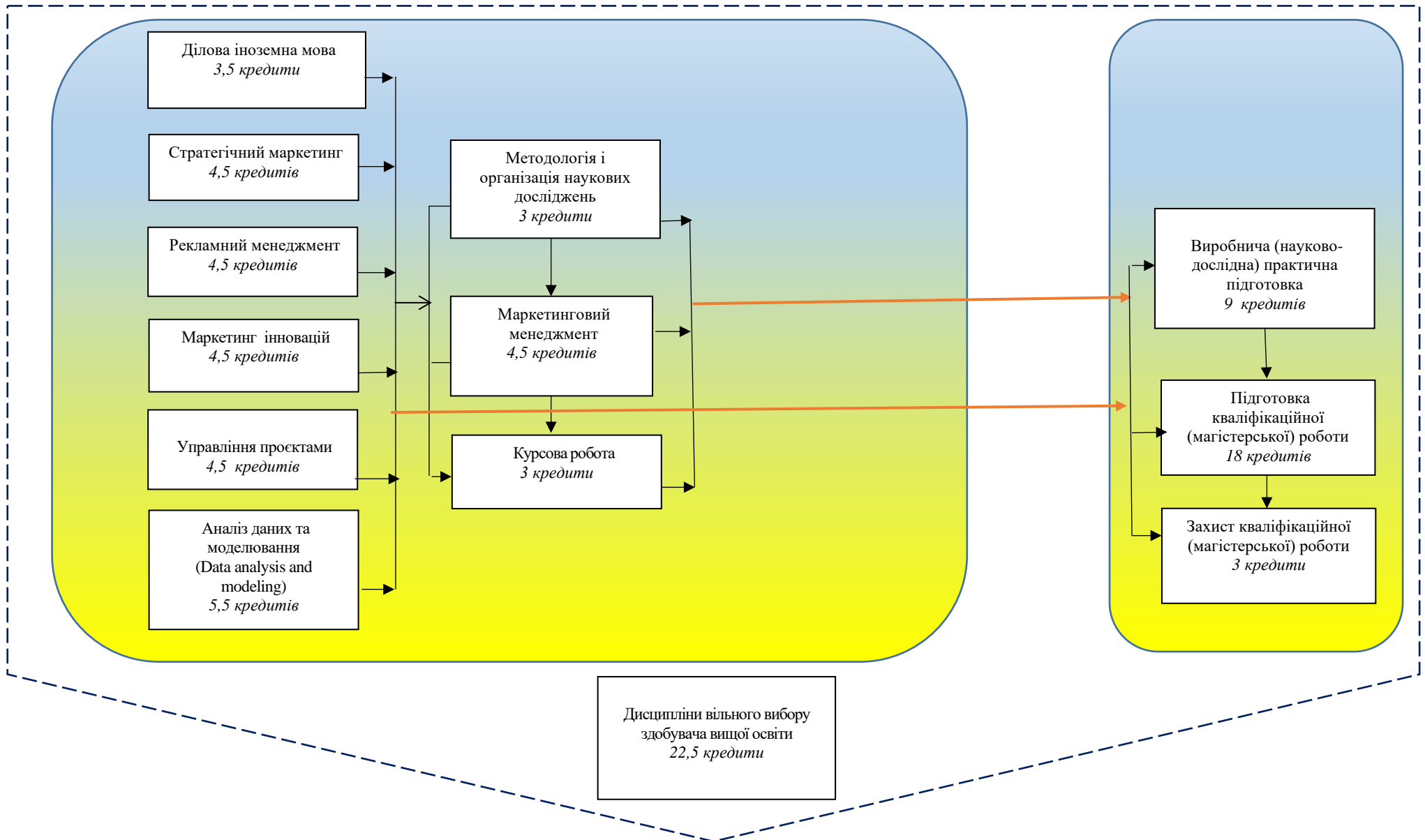
Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Дисципліни професійної та практичної підготовки			
ОК-1	Професійна іноземна мова	3,5	Залік
ОК-2	Стратегічний маркетинг	4,5	Екзамен
ОК-3	Рекламний менеджмент	4,5	Екзамен
ОК-4	Маркетинг інновацій	4,5	Екзамен
ОК-5	Аналіз даних та моделювання (Data analysis and modeling)	5,5	Письмовий екзамен
ОК-6	Управління проектами	4,5	Екзамен
ОК-7	Методологія і організація наукових досліджень	3	Залік
ОК-8	Маркетинговий менеджмент	4,5	Екзамен
ОК-9	Курсова робота	3	Диференційований залік
ОК-10	Виробнича (науково-дослідна) практична підготовка	9	Захист звіту
ОК-11	Підготовка кваліфікаційної (магістерської) роботи	18	
	Захист кваліфікаційної (магістерської) роботи	3	Публічний захист
Загальний обсяг дисциплін професійної та практичної підготовки		67,5	
Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти			
Дисципліна за вибором з переліку 1*		3	Залік
Дисципліна за вибором з переліку 1*		3	Залік
Дисципліна за вибором з переліку 2*		5,5	Екзамен
Дисципліна за вибором з переліку 2*		5,5	Екзамен
Дисципліна за вибором з переліку 2*		5,5	Екзамен
Загальний обсяг дисциплін за вибором здобувача вищої освіти		22,5	
Загальний обсяг освітньої програми в ЄКТС		90	

2.2 СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

I семестр

II семестр

III семестр



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна (магістерська) робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Кваліфікаційна (магістерська) робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі, некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна (магістерська) робота має бути оприлюднена в Інституційному репозиторії Донецького національного університету імені Василя Стуса.</p> <p>Оприлюднення кваліфікаційних (магістерських) робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

4. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Процедури і заходи забезпечення якості освіти	<p>Відповідно до Стратегії розвитку Донецького національного університету імені Василя Стуса 2017 – 2025 рр. одним з наскрізних завдань є забезпечення якості вищої освіти. На виконання вимог національного освітнього законодавства процедури та заходи забезпечення якості освіти в Університеті регулюються «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» та реалізуються через «Систему заходів внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Донецькому національному університеті імені Василя Стуса».</p> <p>В Університеті функціонує Рада з якості вищої освіти, діяльність якої регулюється відповідним Положенням та має на меті успішне впровадження системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти задля досягнення стратегічних пріоритетів Університету.</p>
--	---

<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</p>	<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм провадиться відповідно до локальних нормативних документів Університету. Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регламентуються «Положенням про освітню програму у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» та «Положенням про організацію освітньої діяльності у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса».</p> <p>Крім того, в Університеті запроваджене щосеместрове опитування здобувачів вищої освіти щодо якості освітнього процесу та якості викладання навчальних дисциплін. Опитування проводиться за допомогою онлайн сервісів, зокрема автоматизованої системи опитувань «ФОРУМ». Результати опитування обов'язково враховуються при перегляді існуючих та формуванні нових ОП усіх рівнів.</p>
<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється відповідно до «Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса». Обов'язковим є ознайомлення здобувачів вищої освіти з видами роботи та критеріями оцінювання з кожної дисципліни на початку семестру, що забезпечує прозорість та співвідповідальність викладача та здобувача в процесі навчання та оцінювання результатів навчання.</p>
<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</p>	<p>Згідно з «Положенням про підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» всі викладачі, які залучені до реалізації освітнього процесу в рамках ОП, пройшли підвищення кваліфікації впродовж останніх п'яти років. Положення регулює усі формальні аспекти підвищення кваліфікації, в тому числі професійного розвитку викладачів.</p> <p>Крім того, Університет підтримує та заохочує участь викладачів у внутрішньокорпоративних програмах навчання та підвищення кваліфікації (наприклад, «Майстерня «Teaching Art»).</p>
<p>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</p>	<p>В Університеті функціонує єдина інформаційна система управління, як програмно-апаратний комплекс, що забезпечує низку основних функцій роботи з документами та базами даних в електронному вигляді з використанням хмарних технологій, спеціалізованого програмного забезпечення та ІТ-сервісів Офіс-365. В</p>

	<p>усіх навчальних корпусах забезпечений доступ до мережі Інтернет завдяки технології Wi-Fi.</p> <p>Автоматизація основних функцій управління освітнім процесом запроваджено на базі програмно-технологічного комплексу АС «Деканат».</p> <p>Окремо здійснюється періодичний аналіз щодо відповідності ліцензійним умовам, підсистеми збору, обробки та збереження інформації в «Єдиній електронній базі даних з питань освіти».</p>
<p>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</p>	<p>З метою забезпечення інформаційної відкритості університету та виконання вимог законів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», на офіційному сайті університету створений спеціальний розділ «Інформаційна відкритість», в якому зібрано посилання на всі публічні документи та публічну інформацію.</p> <p>Інформацію про ОП, ступені вищої освіти та кваліфікації розміщено на офіційних веб-ресурсах Університету та відділу аспірантури та докторантури, а також на цих ресурсах проводиться громадське обговорення проєктів ОП.</p>
<p>Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі запобігання та виявлення академічного плагіату</p>	<p>Забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу регламентується Кодексом академічної доброчесності та корпоративної етики. Органом, що здійснює контроль за дотриманням академічної доброчесності учасниками освітнього процесу в Університеті є Комісія з академічної доброчесності та корпоративної етики.</p> <p>Результати роботи Комісії регулярно оприлюднюються на офіційних ресурсах Університету.</p> <p>Для запобігання та виявлення плагіату в наукових дослідженнях працівників та здобувачів вищої освіти в Університеті діє система запобігання та виявлення плагіату з широким використанням спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>Для захисту прав здобувачів вищої освіти функціонує посада омбудсмена, що призначається Комісією з урахування думки студентської ради Університету та Ради з якості вищої освіти на основі конкурсного відбору. Омбудсмен сприяє здобувачам вищої освіти у вирішенні питань щодо реалізації ними своїх прав в академічному середовищі.</p>

6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

Освітні компоненти	Компетентності																		
	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності									
	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
ОК 1	+				+	+	+												
ОК 2	+	+			+			+		+				+		+	+		
ОК 3	+	+	+	+						+			+		+				
ОК 4	+		+		+				+				+						+
ОК 5	+	+	+	+	+		+			+		+	+	+				+	+
ОК 6	+		+	+		+			+				+						
ОК 7	+		+			+	+			+		+						+	
ОК 8	+	+			+						+				+		+		
ОК 9	+		+			+	+			+	+	+		+		+	+	+	
ОК 10	+			+	+	+	+	+			+	+	+	+			+	+	
ОК 11	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+

