

ЄВРОПЕЙСЬКА МЕДИЧНА ШКОЛА

Навчально-науковий інститут
«Європейська школа бізнесу»



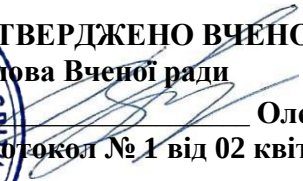
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг»

Перший (бакалаврський) рівень
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
кваліфікація: бакалавр маркетингу



ПРИТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

 Олег БОБК
(протокол № 1 від 02 квітня 2026 року)

Уведено в дію з 02.04.2026 р.
(наказ № 15/26-ОД від 03.04.2026 р.)

Київ – 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (зі змінами та доповненнями), постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 (в редакції постанови КМУ 25.06.2020 № 519), «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 № 1187 (зі змінами), наказу МОН «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» від 05.12.2018 р. № 1343, Наказу Міністерства освіти і науки України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» № 842 від 13.06.2024 р.

Освітньо-професійна програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавр, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання та вимоги до контролю якості вищої освіти.

У зв'язку з реорганізацією Міжнародного європейського університету шляхом виділу та утворення Європейської медичної школи як закладу освіти- правонаступника, освітньо-професійна програма «Маркетинг» продовжує реалізацію освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», яка реалізовувалася в Міжнародному європейському університеті (наказ «Про започаткування освітніх програм з метою продовження їх реалізації» від 10.03.2026 р. № 8/26-ОД).

Розроблено робочою групою освітньо-професійної програми у складі:

№ з/п	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання
1	Кузьменко Ольга Андріївна (гарант)	завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування	канд. екон. наук, доцент
2	Панченко Ольга Вікторівна	доцент кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування	канд. екон. наук, доцент
3	Боярко Ірина Миколаївна	професор кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування	д-р екон. наук, професор

Залучені стейкхолдери:

№ з/п	ПІБ	Місце роботи, посада
1.	Касьян Д. І.	Керівник напрямку платної реклами у Google Ads, ТОВ Ком'юніті фільм продакшн, Google Ads PPC Team Lead, Community Film Production
2.	Євченко Ю. С.	Директор Товариства з обмеженою відповідальністю «Рекламно-виробниче об'єднання «Шоколад»
3	Ремига Ю. С.	завідувач кафедри менеджменту та логістики, ПВНЗ «Європейський університет»
4.	Жигалкевич Ж. М.	в. о. завідувача кафедри промислового маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

5.	Гураль О. В.	Випускниця за освітньою програмою
6.	Басюк А.	Здобувачка за освітньою програмою

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів розміщені за посиланням:
<https://europeanmedicaluniversity.com/navchannia/osvitni-prohramy#>

1. Профіль освітньої програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	ЄВРОПЕЙСЬКА МЕДИЧНА ШКОЛА. Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу». Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування.
1.2	Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	–
1.3	Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
1.4	Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
1.5	Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
1.6	Галузь знань (галузі знань, за потреби - для міждисциплінарних освітніх програм)	07 «Управління та адміністрування»
1.7	Спеціальність (спеціальності - для міждисциплінарних освітніх програм)	075 «Маркетинг»
1.8	Спеціалізація або предметна спеціальність (за наявності)	–
1.9	Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації	Бакалавр. Бакалавр маркетингу
1.10.	Професійна кваліфікація (за наявності)	–
1.11	Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний; 240 кредитів ЄКТС; термін навчання – 3 роки 10 місяців
1.12	Акредитаційна інституція	Національне агентство забезпечення якості освіти (сертифікат про акредитацію освітньої програми № 14718)
1.12	Період акредитації	До 22.04.2026 р.
1.13	Цикл/рівень	перший (бакалаврський) рівень, FQ-EHEAF - перший цикл, EQF- LLL – 6 рівень, НПК України – 6 рівень
1.14	Передумови (вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою (відповідно до стандартів вищої освіти)	Вступ здійснювався відповідно до Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти у Міжнародному європейському університеті в 2024 році (https://ieu.edu.ua/vstup/pryimalna-komisiia/pravyla-priyomu): ▪ на базі повної загальної середньої освіти (ПЗСО); ▪ на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст») ЗВО має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності

		051 «Економіка» – обсягом не більше ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; ▪ на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» ЗВО має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або ОКР «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами ЗНО/НМТ в порядку, визначеному законодавством
1.15	Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання програми	240 кредитів ЄКТС
1.16	Форми здобуття освіти за цією освітньою програмою та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Денна форма, 3 роки 10 місяців Заочна форма, 3 роки 10 місяців
1.17	Мова(и) викладання	Українська, англійська
1.18	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://europeanmedicaluniversity.com/navchannia/osvitni-prohramy
2. Мета освітньо-професійної програми		
Підготовка бакалаврів в галузі маркетингу, здатних оперувати знаннями, вміннями і навичками у сфері маркетингової діяльності та самостійно вирішувати складні фахові задачі, що передбачає використання концептуальних науково-практичних знань, цифрових інструментів, підходів на основі аналітичного, критичного, креативного мислення, які спрямовані на підвищення ефективності роботи будь-якої організації, з метою інтенсифікації інтеграції України до європейського простору з реалізацією принципів сталого розвитку.		
3. Характеристика освітньої програми		
3.1.	Предметна область (галузь знань, спеціальність)	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»
3.2.	Опис предметної області (об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання):	Об'єкт вивчення: ▪ маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: ▪ підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: ▪ 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,

		дослідження ринку та його суб'єктів, зміст маркетингової діяльності, зокрема товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик. Методи, методики та технології: - загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: - сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для прийняття управлінських маркетингових рішень.
3.3	Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма базується на концептуальних теоретичних засадах провідних наукових шкіл менеджменту, економіки, маркетингу, узагальненні теоретико-практичного досвіду у сфері маркетингової діяльності, що дозволяє сформувати актуальні на ринку праці компетентності у фахівця, які у своєму синергетичному поєднанні аналітичного, критичного, креативного мислення, забезпечують можливість побудови ефективної професійної кар'єри.
3.4	Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Підготовка фахівців у сфері маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного провадження маркетингової діяльності на функціональному рівні шляхом дослідження ринків; планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик; використання цифрових інструментів у сфері маркетингу на основі інноваційних методів, технологій, враховуючи зарубіжний досвід, за для реалізації принципів збалансованого розвитку, сприяючи інтеграції України до міжнародного простору. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, дослідження, організація і планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик, інновації, цифровий маркетинг, цифрові технології.
3.5	Особливості освітньої програми	Поглиблене вивчення і знання сучасних прикладних маркетингових концепцій виробничого, товарного, збутового, інноваційного, цифрового, соціальноетичного, екологічного, відповідального, інтегрального, холістичного маркетингу, спрямованих на розв'язання реальних проблем бізнесу. Володіння інструментами організації, аналізу, планування, ефективності та результативності, інноваційних, цифрових технологій, критеріїв прийняття ефективних маркетингових рішень. У межах вибіркових дисциплін надається можливість отримання універсальних та професійноорієнтованих профілів підготовки.
Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
4.1	Придатність до працевлаштування	Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою випускник здатен виконувати зазначену в Національному класифікаторі України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 професію

		роботу і може займати відповідну первинну посаду за категоріями: код 1475 – менеджер (управитель) з маркетингу; код 1475.3 – менеджери (управители) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; код 1475.4 – менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю; код 1476.1 – менеджер (управитель) з реклами; код 2419.2 – консультант з маркетингу; код 2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; код 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; код 2419.2 – рекламист; код 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
4.2	Академічні права випускників (подальше навчання)	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	Форми навчання: ▪ очна, ▪ заочна. Підходи, що використовуються у процесі навчання: ▪ компетентнісний, студентоцентризований, проблемо-орієнтований підходи та ініціативне самонавчання. Методи навчання: проведення лекцій, практичних занять, тренінгів, майстер-класів, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та навчальних дискусій на задану тематику; виконання самостійної роботи; індивідуальна дослідно-аналітична діяльність здобувачів вищої освіти щодо виконання презентацій, рефератів, тестових, розрахунково-аналітичних та ситуаційних завдань; проведення семінарів, консультацій з викладачами; наукових конференцій, виробничої та переддипломної практики, написання бакалаврської кваліфікаційної роботи, її презентація та обговорення під час передзахистів за участю викладачів та одногрупників. Технології навчання: проблемно-орієнтоване, практичне, проєктне, інтерактивне, електронне навчання, самонавчання.
5.2	Оцінювання	Оцінювання успішності здобувачів освіти щодо компонентів освітньої програми проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS) за 100 бальною шкалою згідно з силабусом навчальної дисципліни/програмою практики. За освітньою програмою передбачено формувальне оцінювання у формі письмових та усних

		коментарів й настанов викладачів/керівника практики/наукового керівника у процесі навчання, формування навичок самооцінювання). Сумативне оцінювання, що визначає рівень досягнення очікуваних програмних результатів навчання, проводиться шляхом застосування різних форм підсумкового (залік, диференційований залік, екзамен, захист звіту, атестація) та поточного контролю (оцінювання поточної роботи протягом вивчення окремих освітніх компонентів на практичних заняттях та за результатами виконання самостійної роботи згідно з силабусами відповідних освітніх компонентів та вимог Положення про політику і процедури оцінювання в ЗВО. Атестація випускників здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Розділ 6. Програмні компетентності і результати навчання		
6.1	Інтегральні компетентності (ІК)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
6.2	Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами

		з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
6.3	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
6.4	Додаткові фахові компетентності, пов'язані з особливостями освітньої програми (за наявності)	СК15. Здатність інтегрувати цифрові технології в автоматизацію маркетингових процесів, розроблення персоналізованих комунікаційних стратегій і підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями.
Розділ 7. Програмні результати навчання		

7.1	Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 15. Діяти соціально відповідально та
-----	-------------------------------------	--

		громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки та вміти застосовувати їх в професійній діяльності
7.2.	Додаткові програмні результати навчання, пов'язані з особливостями освітньої програми (за наявності):	ПРН 20. Застосовувати цифрові технології, у т.ч. технології штучного інтелекту, для автоматизації маркетингових процесів, розроблення персоналізованих комунікаційних стратегій та підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями
Розділ 7. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
7.1	Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються. Мають підтверджений рівень наукової і професійної активності, є переважно штатними співробітниками Європейської медичної школи. В процесі організації освітнього процесу залучаються професіонали з досвідом маркетингової/управлінської/творчої роботи та/або роботи за фахом.
7.2	Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі, зокрема: навчальні корпуси; гуртожитки; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал, спортивні майданчики. Матеріально-технічне забезпечення дозволяє організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на належному науково-методичному рівні. Для проведення лекційних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні аудиторії обладнані комп'ютерною технікою. При проведенні практичних занять використовуються інформаційні системи та програмні продукти, які застосовуються в маркетингу для роботи з соціальними мережами та

		контентом, аналітики та візуалізації даних, Email-маркетингу, Веб-аналітики та SEO, CRM та автоматизації маркетингу, а саме Google Analytics, Google Search Console, Google Data Studio, Tableau Public, Microsoft Power BI Desktop, Canva, Meta Business Suite, Bitrix24, Trello, ChatGPT та ін.
7.3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт (https://europeanmedicaluniversity.com/) містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Навчально-методичне забезпечення (комплекси) навчальних дисциплін, які містять підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій, збірники ситуаційних задач, методичні розробки до практичних занять, методичні вказівки до написання курсових робіт, до самостійної роботи студентів, індивідуальні завдання практичної спрямованості; методичні матеріали до проходження практик, завдання для контролю знань (екзаменаційні білети, тестові завдання, комплексні контрольні роботи); сучасні інформаційні джерела; бібліотека із сучасною навчальною літературою, науковими, довідниковими та фаховими періодичними виданнями. Усі навчально-методичні матеріали доступні для студентів у читальному залі навчально-наукової бібліотеки. Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні на сайті ЗВО (https://science.europeanmedicaluniversity.com/%d0%bd%d0%b0%d1%83%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%b0-%d0%b1%d1%96%d0%b1%d0%bb%d1%96%d0%be%d1%82%d0%b5%d0%ba%d0%b0/)
Розділ 8. Академічна мобільність		
8.1	Національна і міжнародна кредитна мобільність	На підставі Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу на основі двосторонніх договорів між ЄМШ та університетами-партнерами, конвенцій, угод, меморандумів та інших чинних нормативно-правових актів, що регламентують ці питання. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України та інших країн. Визнання результатів навчання інших освітніх закладів в рамках академічної мобільності відповідно до угод (https://europeanmedicaluniversity.com/promieu/publiczna-informatsiia).
8.2	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться згідно із вимогами законодавства та правилами прийому до Європейської медичної школи (https://europeanmedicaluniversity.com/vstup/pryimalna-komisiia/pravyla-pryiomu)

2. Перелік компонентів освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент освітньої програми

«Маркетинг»

Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові освітні компоненти освітньої програми			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОК1	Історія української державності та культури	4	екзамен
ОК2	Академічна доброчесність та основи наукових досліджень	4	екзамен
ОК3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	екзамен
ОК4	Безпека життєдіяльності	3	залік
ОК5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	21	залік, екзамен
ОК6	Цифрові технології навчання та професійної діяльності	4	екзамен
ОК7	Вища та прикладна математика	8	залік, екзамен
ОК8	Філософія, етика та естетика	3	залік
ОК9	Правознавство	4	залік
ОК10	Економічна теорія	4	екзамен
ОК11	Психологія бізнесу	3	залік
ОК12	Статистика	4	екзамен
Загальний обсяг циклу загальної підготовки		66	x
1.2. Цикл професійної та практичної підготовки			
ОК13	Маркетинг. Вступ до спеціальності	3	залік
ОК14	Товарознавство і маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК15	Організація управлінської роботи	4	залік
ОК16	Економіка підприємств різних форм власності	4	екзамен
ОК17	Фінанси, гроші та кредит	4	екзамен
ОК18	Міжнародні економічні відносини	4	залік
ОК19	Маркетингова збутова політика	4	екзамен
ОК20	Облік і аудит	4	екзамен
ОК21	Менеджмент	4	екзамен
ОК22	Маркетинг	4	екзамен
ОК22к	Маркетинг (курсова робота)	2	диф. залік, захист
ОК23	Електронна комерція	3	залік
ОК24	Європейський транснаціональний простір	4	екзамен
ОК25	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК26	Бізнес-комунікації	4	екзамен
ОК27	Логістика	3	екзамен
ОК28	Цифрові технології та інструменти в маркетингу	3	екзамен
ОК29	Маркетинг в соціальних мережах (SMM)	3	екзамен
ОК30	Маркетинг послуг	3	екзамен
ОК31	Графічний дизайн у маркетингу	4	залік
ОК32	Інфраструктура товарного ринку	3	екзамен
ОК33	Маркетингові дослідження	3	екзамен
ОК34	Digital-маркетинг	3	екзамен

OK35	Паблік рилейшнз	3	екзамен
Практична підготовка			
OK36	Навчальна практика	5	диф. залік
OK37	Виробнича практика	6	диф. залік
OK38	Переддипломна практика	6	диф. залік
Атестація здобувачів вищої освіти			
OK39	Кваліфікаційна робота	9	захист
Загальний обсяг циклу професійної та практичної підготовки		110	х
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		176	х
2. Вибіркові освітні компоненти освітньої програми*			
ВК	Вибіркові компоненти, визначені індивідуальним навчальним планом здобувача освіти	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		64	х
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	х

* Здобувач вищої освіти здійснює свій вибір відповідно до Положення про реалізацію здобувачами вищої освіти права на формування індивідуальної освітньої траєкторії. Вибір здійснюється із Каталогу вибірових дисциплін (<https://europeanmedicaluniversity.com/navchannia/vib-rkov-d-stsipl-ni>).

2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми «Маркетинг»

Код ОК	Семестр	Пререквізити (код ОК, вивчення яких є передумовою для успішного опанування відповідної ОК)	Постреквізити (код ОК, для яких відповідна дисципліна є передумовою їх успішного опанування)
I рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
ОК1	1		ОК8, ОК24
ОК2	1		ОК22к, ОК39
ОК3	1		ОК26, ОК22к, ОК39
ОК5	1		ОК26, ОК39
ОК6	1		ОК23, ОК28, ОК29, ОК31, ОК34
ОК7	1		ОК12, ОК33
ОК10	1		ОК16, ОК17, ОК18, ОК20, ОК21, ОК22, ОК22к
ОК13	1		ОК14, ОК15, ОК19, ОК22, ОК36
Разом кредитів ЄКТС:			30
ОК5	2		ОК26
ОК7	2		ОК12, ОК33
ОК8	2	ОК1	
ОК9	2	ОК1	
ОК14	2	ОК13	ОК33, ОК36
ОК15	2	ОК13	ОК22, ОК22к, ОК36
ОК16	2	ОК10	ОК22, ОК25, ОК36
ОК18	2	ОК10	ОК24, ОК36
Разом кредитів ЄКТС:			30
Вибіркові компоненти, кредитів ЄКТС на рік			–
II рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
ОК5	3		ОК26
ОК11	3		ОК 35
ОК12	3	ОК7	ОК33
ОК17	3	ОК10	ОК33, ОК36
ОК21	3	ОК10	ОК22, ОК22к, ОК36
ОК36	3	ОК13, ОК14, ОК15, ОК16, ОК17, ОК18, ОК21	ОК37
Разом кредитів ЄКТС:			23
ОК5	4		ОК26
ОК19	4	ОК13	ОК27, ОК32, ОК36
ОК20	4	ОК10	
ОК22	4	ОК10, ОК13, ОК16, ОК21	ОК25, ОК29, ОК30, ОК33, ОК34, ОК36
ОК22к	4	ОК2, ОК3, ОК10, ОК13, ОК15, ОК16, ОК21	ОК39
<i>Для осіб, які проходять базову загальновійськову підготовку</i>			
ОК40	4		ОК41
ОК41	4	ОК40	
<i>Для осіб, які не проходять базову загальновійськову підготовку</i>			
ОК4	4		

Разом кредитів ЄКТС:			27
Вибіркові компоненти, кредитів ЄКТС на рік			До 33
Рекомендований обсяг ВК (зимовий/весняний семестр)			8/8
III рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
OK5	5		OK26
OK23	5	OK6, OK22	OK28, OK37
OK24	5	OK1, OK18, OK19	
OK25	5	OK14, OK16, OK22	OK37
OK26	5	OK3, OK5, OK11	OK35
Разом кредитів ЄКТС:			18
OK5	6		OK26
OK27	6	OK19, OK21	
OK28	6	OK6, OK13, OK22, OK23	OK34, OK37
OK29	6	OK6, OK13, OK22	OK34, OK37
OK37	6	OK19, OK20, OK22, OK23, OK25, OK28, OK29, OK36	OK38
Разом кредитів ЄКТС:			18
Вибіркові компоненти, кредитів ЄКТС на рік			До 47
Рекомендований обсяг ВК (зимовий/весняний семестр)			12/12
IV рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
OK5	7		OK26
OK30	7	OK13, OK22	
OK31	7	OK6	
OK32	7	OK14, OK19	
OK38	7	OK30, OK31, OK32, OK35, OK37	OK39
Разом кредитів ЄКТС:			19
OK33	8	OK7, OK12, OK14, OK17, OK22	
OK34	8	OK6, OK22, OK23, OK28, OK29	
OK35	8	OK11, OK26	
OK39	8	OK2, OK3, OK5, OK38	
Разом кредитів ЄКТС:			18
Вибіркові компоненти: кредитів ЄКТС на рік			До 43
Рекомендований обсяг ВК (зимовий/весняний семестр)			12/12

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в сфері управління, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному ресурсі ЗВО.

6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Європейській медичній школі (ЄМШ) функціонує система внутрішнього забезпечення якості освіти (ВЗЯО), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 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 університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЄМШ, 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 т. ч. самостійної роботи здобувачів вищої освіти, 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 університету та здобувачами вищої освіти, у т. ч. створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- інших процедур і заходів.

Внутрішня система забезпечення якості освіти за поданням університету оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО) або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджується НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.