

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**КОНЦЕПЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
З ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
НА ДРУГОМУ (МАГІСТЕРСЬКОМУ) РІВНІ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада Міжнародного європейського
університету

від «24» листопада 2022 р. № 9

ВВЕДЕНО В ДІЮ

наказом в.о. ректора Міжнародного
європейського університету

від «24» листопада 2022 р. № 87/1-ОД

КИЇВ 2022

ВСТУП

Концепція освітньої діяльності з підготовки здобувачів на другому (магістерському) рівні вищої освіти підготовлена з врахуванням Закону України «Про вищу освіту», стандартів вищої освіти за спеціальностями, затверджена рішенням Вченої ради Міжнародного європейського університету (далі – Університет) від 24.11.2022, протокол №9 та введена в дію наказом в.о. ректора від 24.11.2022 №87/1-ОД.

Місією Університету є гідний внесок у розвиток суспільства через створення, розвиток і поширення сучасних знань на основі інтернаціоналізації та інтеграції освіти і практики за принципами формування креативності, академічної доброчесності та свободи від дискримінації.

Візією є досягнення лідерських позицій Міжнародного європейського університету в світовому науково-освітньому просторі з якісної підготовки фахівців, здатних творчо мислити, впроваджувати інновації та інтегруватись у європейську спільноту.

Концептуальним напрямом освітньої діяльності є забезпечення якісної вищої освіти кожного здобувача, його конкурентоспроможності на ринку праці, що дозволить їм реалізувати власний потенціал, зробити вагомий внесок у розвиток суспільства, міжнародну спільноту.

Освітня діяльність ПЗВО «МСУ» ґрунтується на концептуальних засадах Національної Доктрини розвитку освіти, Державній Національній програмі «Освіта (Україна ХХІ століття)», Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту», наказах Міністерства освіти і науки України, Статуті ПЗВО «МСУ», Положенні про організацію освітнього процесу Університету, Правилах внутрішнього розпорядку Університету та інших нормативно-правових актах.

Моніторинг потреб ринку праці, спілкування зі стейкхолдерами та потенційними роботодавцями засвідчили необхідність більш ґрунтовної підготовки фахівців за спеціальностями 073 Менеджмент та 075 Маркетинг саме на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Враховуючи запити стейкхолдерів і потреби ринку праці, в Університеті за цими спеціальностями на другому (магістерському) рівні вищої освіти було започатковано такі освітні програми: «Менеджмент і бізнес-адміністрування» (спеціальність 073 Менеджмент) та «Маркетинг та рекламний бізнес» (спеціальність 075 Маркетинг), за якими наразі вже здійснюється підготовка здобувачів.

Освітні програми другого (магістерського) рівня вищої освіти укладені відповідно до **стандартів вищої освіти** для кожної зі спеціальностей:

Освітня програма «Менеджмент і бізнес-адміністрування» спеціальності 073 Менеджмент укладена відповідно до вимог затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 959 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент для другого (магістерського) рівня вищої освіти»).

Освітня програма «Маркетинг та рекламний бізнес» спеціальності 075 Маркетинг укладена відповідно до вимог затвердженого Стандарту вищої

освіти за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти»).

Концепція освітньої діяльності Міжнародного європейського університету за другим (магістерським) рівнем вищої освіти передбачає розвиток і поширення сучасних знань на основі інтернаціоналізації та інтеграції освіти і практики за принципами формування креативності, академічної доброчесності та свободи від дискримінації з врахуванням концептуальних засад реалізації освітніх програм за спеціальностями:

Освітня програма «Менеджмент і бізнес-адміністрування» за спеціальністю 073 Менеджмент другого (магістерського) рівня вищої освіти

I. Код та найменування спеціальності – 073 Менеджмент

II. Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень, FQ-EHEAF - другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК України – 7 рівень

III. Перелік спеціалізацій та освітніх програм – освітня програма «Менеджмент і бізнес-адміністрування»

Освітньо-професійна програма базується на здобутті поглиблених знань з менеджменту, теорії адаптивного управління, яка передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти і кар'єрного зростання: здобуття наукового ступеня доктора філософії (Ph.D) за науковими програмами. Передбачає надання поглиблених знань теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів управління всіма сферами функціонування економічних суб'єктів різних масштабів, різноманітних організаційно-правових форм та видів діяльності.

IV. Тип диплома та обсяг освітньої програми: диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 5 місяців.

V. Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання:

90 кредитів ЄКТС для здобувачів вищої освіти, що вступають на базі освітнього ступеня «бакалавр», диплома освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» або «магістр» іншої спеціальності.

Мінімум 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти.

VI. Перелік основних компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері управління або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

Загальні компетентності (визначені стандартом):

ЗК 1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 2. Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК 4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Загальні компетентності (визначені закладом вищої освіти):

ЗК 8. Здатність спілкуватися іноземною мовою, працювати в міжнародному контексті, використовувати інформаційні та комунікаційні технології в бізнес-адмініструванні.

ЗК 9. Здатність планувати та управляти часом в менеджменті.

ЗК 10. Набуття навичок гнучкого мислення.

ЗК 11. Навички застосування знань з права та інформаційних технологій для прийняття ефективних управлінських рішень.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності, визначені стандартом:

СК 1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

СК 2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.

СК 3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.

СК 4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації.

СК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми.

СК 7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

СК 8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.

СК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

СК 10. Здатність до управління організацією та її розвитком.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності, визначені закладом освіти:

СК 11. Здатність обґрунтовувати комплекс адміністративно-управлінських рішень щодо формування, ефективного функціонування підприємства та розвитку як цілісної системи.

СК 12. Здатність визначати необхідність в створенні та використанні потенціалу організації в цілому та за його складовими.

СК 13. Встановлювати і використовувати методи та моделі антикризового управління: виділяти, описувати аналізувати.

СК 14. Здатність застосовувати відповідний управлінський інструментарій, у тому числі міжнародний, з метою удосконалення основних бізнес-процесів з використанням новітніх технологій.

VII. Програмні результати навчання:

ПРН 1. Критично осмислювати, вибрати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.

ПРН 2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення.

ПРН 3. Проектувати ефективні системи управління організаціями.

ПРН 4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.

ПРН 5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах.

ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.

ПРН 8. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.

ПРН 9. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами.

ПРН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.

ПРН 11. Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу.

ПРН 12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом).

ПРН 13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

Програмні результати навчання, визначені закладом освіти:

ПРН 14. Вміти проводити дослідницьку роботу та аргументувати власну точку зору.

ПРН 15. Обґрунтовувати і застосовувати інвестиційні інструменти в управлінській діяльності.

ПРН 16. Вміти управляти бізнесом в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища.

ПРН 17. Вміти виявляти та досліджувати складові фінансової безпеки підприємства, формувати і підтримувати її високий рівень.

VIII. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання:

Магістр менеджменту та бізнес-адміністрування (згідно з класифікатором професій ДК 003:2010) може обіймати посади, що відповідають розділу 1 «Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)»:

12. Керівники підприємств, установ та організацій.

13. Керівники малих підприємств без апарату управління.

14. Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів.

Серед них наступні: менеджер (управитель) з адміністративної діяльності; менеджер (управитель) з персоналу; менеджер (управитель) з питань регіонального розвитку; менеджер (управитель) з постачання; керівник урядового органу державного управління; керівник підприємства (установи, організації); керівник підрозділу юридичної особи, що здійснює діяльність з управління активами; керівник структурного підрозділу - головний спеціаліст.

Випускник є придатним для працевлаштування на підприємствах, в організаціях та установах, що функціонують в межах всіх основних видів економічної діяльності (добувної та переробної промисловості, будівництва, сільського господарства, фінансової діяльності, інших).

IX. Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання являє собою один із завершальних етапів навчальної діяльності студента та визначення результатів успішності навчання.

Оцінювання успішності студентів проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS).

Оцінювання є поточне та підсумкове. Поточне оцінювання включає оцінювання на практичних заняттях та результатів самостійної роботи студента, а підсумкове оцінювання – іспити, заліки, написання звітів по практиці, виконання кваліфікаційної роботи, тощо.

X. Форма атестації здобувачів вищої освіти:

Атестація здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» спеціальності 073 Менеджмент здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Обов'язкові освітні компоненти освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування»	
Цикл загальної підготовки	
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням
ОК 2	Етика та психологія ділових відносин
ОК 3	Методологія і організація наукових досліджень
ОК 4	ІТ в управлінні підприємством
Цикл професійної та практичної підготовки	
ОК 5	Адміністративний менеджмент
ОК 6	Стратегічний менеджмент
ОК 7	Міжнародний менеджмент
ОК 8	Фінансовий менеджмент
ОК 9	Управління бізнесом в умовах трансформацій і змін
ОК 10	Виробнича практика
ОК 11	Переддипломна практика

Освітня програма «Маркетинг та рекламний бізнес» за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти

I. Код та найменування спеціальності – 075 Маркетинг

II. Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень, FQ-EHEAF - другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК України – 7 рівень

III. Перелік спеціалізацій та освітніх програм – освітня програма «Маркетинг та рекламний бізнес»

Орієнтація освітньо-професійної програми: освітньо-професійна програма з поглибленим вивченням теоретико-методичних засад управління маркетинговою діяльністю щодо розробки стратегій, планів, програм з маркетингу, комунікаційних, збутових політик, рекламних кампаній, враховуючи інноваційний міжнародний досвід.

IV. Тип диплома та обсяг освітньої програми: диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 5 місяців.

V. Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання:

90 кредитів ЄКТС для здобувачів вищої освіти, що вступають на базі освітнього ступеня «бакалавр», диплома освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» або «магістр» іншої спеціальності.

Мінімум 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.

VI. Перелік основних компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності (визначені стандартом):

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.

Загальні компетентності (визначені закладом вищої освіти):

ЗК 9. Здатність спілкуватися іноземною мовою, працювати в міжнародному контексті, використовувати інформаційні та комунікаційні технології в сфері маркетингу та рекламного бізнесу.

ЗК 10. Здатність проявляти лідерські навички, планувати та управляти часом, стресостійкість.

ЗК 11. Набуття навичок цілісного, інноваційного, гнучкого мислення.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності, визначені стандартом:

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.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності, визначені закладом

освіти:

СК 10. Здатність застосовувати економіко-теоретичні знання для обґрунтування комплексу маркетингових рішень щодо впровадження інноваційних імператив задля ефективного функціонування і розвитку підприємства як цілісної системи.

СК 11. Здатність визначати необхідність в створенні та використанні маркетингового потенціалу організації в цілому та за його складовими, вибудовувати стратегію управління ним.

СК 12. . Здатність розробляти контент, візуалізувати та оформляти рекламну пропозицію з урахуванням очікуваних потреб клієнтів та її просування для підвищення іміджу підприємства в інформаційно-комунікаційних умовах.

СК 13. Здатність застосовувати інструменти маркетингу, з використанням міжнародного досвіду, за для удосконалення маркетингової збутової, рекламної політики в умовах розвитку цифрової трансформації бізнес-середовища.

VII. Програмні результати навчання (визначені стандартом):

ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом за для розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

Програмні результати навчання (визначені закладом вищої освіти):

ПРН 16. Виконувати оригінальне науково-прикладне дослідження, творчі розробки, з генеруванням креативних ідей, застосовуючи сучасні методи, спеціальне програмне забезпечення, аргументуючи власну точку зору і презентуючи результати досліджень для впровадження їх результатів у професійну практику.

ПРН 17. Розроблювати та управляти маркетинговою політикою в умовах трансформацій бізнес-процесів, середовища, нестабільного конкурентного поля, з урахуванням міжнародного досвіду, для досягнення стратегічних цілей та ефективності діяльності підприємства.

ПРН 18. Використовувати системний та синтезний підходи до маркетингового управління підприємств на інноваційних засадах, орієнтуючись на принципи цілісності, гнучкості, адаптивності.

VIII. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання:

Магістр маркетингу та рекламного бізнесу (відповідно до класифікатора професій ДКП 003:2010) може займати посади:

«12 Керівники підприємств, установ та організацій»:

1233 Керівники підрозділів маркетингу;

1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;

1239 керівники інших функціональних підрозділів.

«13 Керівники малих підприємств без апарату управління»

1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні

«14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів»

1474 Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок

1476.1 Менеджери (управителі) з реклами

«24 Інші професіонали»

2419.2. Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.

ІХ. Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання являє собою один із завершальних етапів навчальної діяльності студента та визначення результатів успішності навчання.

Оцінювання успішності студентів проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS).

Оцінювання є поточне та підсумкове. Поточне оцінювання включає оцінювання на практичних заняттях та результатів самостійної роботи студента, а підсумкове оцінювання – іспити, заліки, написання звітів по практиці, виконання кваліфікаційної роботи, тощо.

Х. Форма атестації здобувачів вищої освіти:

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг та рекламний бізнес», галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Обов'язкові освітні компоненти за освітньою програмою «Маркетинг та рекламний бізнес»	
Цикл загальної підготовки	
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням
ОК 2	Етика та психологія ділових відносин
ОК 3	Методологія і організація наукових досліджень
ОК 4	ІТ в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства
Цикл професійної та практичної підготовки	
ОК 5	Рекламний менеджмент
ОК 6	Стратегічний маркетинг
ОК 7	Інноваційний маркетинг
ОК 8	Маркетинговий менеджмент
ОК 9	Виробнича практика
ОК 10	Переддипломна практика