

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДУІТ

Протокол № 4

від 06.12.2018 р.

Голова


Вченої ради  А.В. Горбань

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ № 021-04-592/3

Від «12» 12 2018 р.

Ректор

 В.В. Панін



Київ 2019 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

«ОНОВЛЕНО»

робочою групою

Керівник робочої групи, гарант



О.М. Ярим-Агаєв

28.11.2018 р.

«ПОГОДЖЕНО»

Проректор з науково-
педагогічної роботи



Ю.П. Дуднік

«13» 12 20 18 р.

Начальник навчально-
методичного відділу



Т.О. Войченко

«13» 12 2018 р.

ЗМІСТ

Передмова	4
1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»	5
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність.....	12
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми.....	12
2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми.....	15
3. Форма атестації здобувачів вищої освіти.....	18
4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми	19
5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньо-професійної програми	21
6. Матриця відповідності програмних визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК	23

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» у складі:

1. Ярим-Агаєв Олександр Миколайович, к.е.н., доц, доцент кафедри – гарант освітньо-професійної програми;
2. Левченко Ольга Вікторівна, к.е.н., доц, доцент кафедри;
3. Божок Анастасія Романівна, науковий ступень, к.е.н., доцент кафедри.

ЗАПОЧАТКОВАНО в 2016 р. як тимчасовий документ до введення стандартів вищої освіти за спеціальністю.

Протокол засідання кафедри «Економіка та підприємництво» № 13 від 29.06.2016 р.

Затверджено Вченою радою ДЕГУТ Протокол № 12 від 23.08.2016 р.

ОНОВЛЕНО в 2017 р. в зв'язку з ліцензуванням спеціальності «Маркетинг» (на підставі Розпорядження Кабінету Міністрів України № 151-р від 29.02.2016 р.).

Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 15 від 31.05.2017 р.

Затверджено Вченою радою ДУІТ Протокол № 1 від 08.06.2017 р.

ОНОВЛЕНО в 2018 р. у зв'язку з проведенням акредитації.

Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 19 від 16.05.2018 р.

Затверджено Вченою радою ДУІТ Протокол № 8 від 26.06.2018 р.

ОНОВЛЕНО в 2019 р. згідно з прийняттям Стандарту вищої освіти України (Наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.).

Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 6 від 28.11.2018 р.

Затверджено Вченою радою ДУІТ Протокол № 4 від 06.12.2018 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2019 р.

Зовнішні стейкхолдери:

1. Запорізький національний університет, професор кафедри «Маркетинг», Кендюхов Олександр Володимирович (18.04.2018 р.).
2. Семененко Ольга Олександрівна Head of Brand and Social Medis Engagement. Руководитель подразделения управления брендами маркетинга социальных сетей BNP Paribas. (14.11.2018 р.).

Здобувачі:

1. Таткало Д., здобувач 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань № 07 «Управління та адміністрування», за спеціальністю № 075 «Маркетинг» (18.04.2018 р.).
2. Холод О., здобувач 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань № 07 «Управління та адміністрування», за спеціальністю № 075 «Маркетинг» (18.04.2018 р.).

Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет інфраструктури та технологій Інститут управління, технологій та права Факультет управління та технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) Кваліфікація - Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалаврський одиничний - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів 3 роки 10 місяців; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати 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» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей - не більше ніж 60 кредитів ЄКТС. Мінімум 50 % обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
Наявність акредитації	Освітньо-професійна програма акредитована (сертифікат про акредитацію МОНУ: серія УД, № 11005301 від 20.06.2018 р., термін дії сертифіката до 01.07.2023 р.) «Про визнання освітніх програм першого (бакалаврського), другого (магістерського) рівнів вищої освіти та освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» такими, що акредитовані на підставі чинних сертифікатів про акредитацію спеціальностей» Наказ МОН від 20.06.2018 р. № 662.
Цикл/рівень	QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 7 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти; ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») (для скороченого циклу навчання)
Мова викладання	Державна
Термін запланованого перегляду/оновлення/ Термін дії освітньої програми	2020 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://duit.edu.ua/

2 – Мета освітньої програми	
Підготувати бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, фундаментальними знаннями і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>На базі повної загальної середньої освіти: Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація Управління та адміністрування, маркетинг. Загальний обсяг обов'язкових компонентів – 173 кред. ЄКТС (72,1 %); Загальний обсяг вибірових компонентів – 67 кред. ЄКТС (27,9 %)</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу ґрунтується 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 типів ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію. Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу. Уміння збору і обробки первинної та вторинної інформації, аналізу і планування; технологіями і методами проведення маркетингових досліджень; навичками сегментації і позиціонування. Здатність формувати та управляти товарним асортиментом підприємства, впроваджувати оптимальну цінову політику. Засвоєння навичок проектування і проведення рекламних кампаній, організації, планування й оцінки результатів у рекламі, стимулюванні. Проведення аналізу ринкової ситуації, оцінки споживчої поведінки для вибору оптимальних систем збуту та каналів збуту. Застосування маркетингових інструментів на промисловому, міжнародному ринку, ринку послуг. Уміти оцінити результати маркетингової діяльності підприємства за допомогою інструментів маркетингового контролю та аудиту</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингове управління, ринки, маркетингові стратегії.</p>

Особливості програми	Програма направлена на організацію самостійної роботи студента за допомогою дистанційних засобів навчання. Програма базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сьогоденного стану економіки, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра (теоретична та прикладна). Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організації та підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання тренінгових методів навчання. Формує маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати інноваційні стратегічні рішення щодо вимог ринку, які швидко змінюються в сучасній економіці. Виконується в активному дослідницькому середовищі.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів реклами та зв'язків з громадськістю; 1235 Керівника підрозділів матеріально-технічного постачання; 131 Керівники малих підприємств без апарату управління; 145 Менеджери (управителі) в торгівлі, готелях та закладах ресторанного господарства; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 149 Менеджери (управителі) в інших видах економічної діяльності; 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективної господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами FO-EHEA - другого циклу, EQF-LLL – 7 рівень, НРК України –8 рівня.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основний підхід: проблемно-орієнтоване студентоцентроване навчання з елементами самонавчання за домінуючими методами та способами навчання: пасивні (роз'яснювальна-ілюстративні), активні (проблемні, інтерактивні, проектні, ділові ігри, проблемні ситуації, групова і парна робота, дискусії, тренінги, із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проектів, «мозкового штурму» та генерації ідей, проектів, кейси, імітаційний тренінг, саморозвиваючі) тощо. Методи викладання: поєднання лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, інтерактивних форм навчання, застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій на основі Інтернету, практичного досвіду, прикладів діяльності конкретних підприємств тощо. За організаційними формами: дистанційного, колективного та інтегративного навчання. За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного

	навчання, технологія співпраці. Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, підготовку наукових праць (статей, доповідей (виступів) на наукових та науково-практичних конференціях), залучення студентів до виконання розділів науково-дослідницьких робіт на кафедрі.
Оцінювання	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання за допомогою комп'ютера або дистанційних засобів навчання, захист лабораторних та індивідуальних робіт, державна атестація.
Система оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студента здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «не зараховано») системами, шкалою навчального закладу (від 0 до 100 балів), національною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).
б – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати 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.
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).

	<p>ЗК13.Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність оцінити параметри зовнішнього середовища в умовах недостатнього інформаційного забезпечення</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>

	<p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення</p> <p>P15. 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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Використовувати методи оцінки параметрів маркетингового макросередовища</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Підготовка здобувачів першого (бакалаврського) РВО спеціальності № 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» забезпечують кваліфіковані науково-педагогічні працівники. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації (стажування), в т.ч. закордонні. До реалізації освітньої програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. Викладачі, що працюють за сумісництвом, - це провідні фахівці та</p>

	практичні працівники підприємницьких структур. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в тому числі закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально технічне забезпечення для підготовки бакалаврів/ магістрів спеціальності № 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» складається з лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою та комп'ютерних класів з прикладним спеціалізованим програмним забезпеченням
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційно-методичне забезпечення кожної з дисциплін, що входять до циклу підготовки здобувачів першого (бакалаврського) РВО спеціальності № 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг». Програма повністю забезпечена навчально-методичними комплексами з усіх навчальних компонентів (дисциплін).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з провідними навчальними закладами України задля організації взаємного обміну здобувачами у відповідності до угоди про співробітництво.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну здобувачами за проектами з міжнародної кредитної мобільності.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	У межах ліцензійного обсягу спеціальності за умови попередньої мовленнєвої підготовки. Мова викладання – українська.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

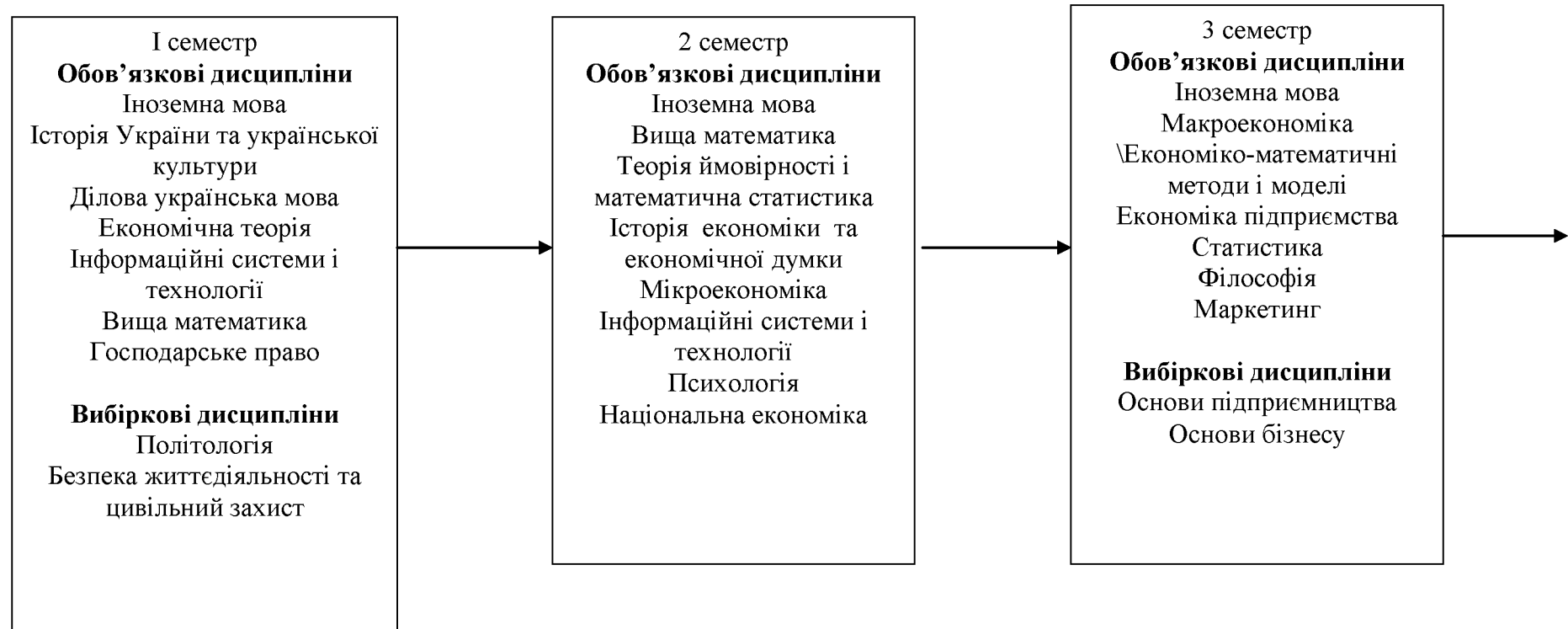
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
I. Цикл загальної підготовки			
Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки			
ОК 1	Філософія	3	Екзамен
ОК 2	Історія України та української культури	3	Екзамен
ОК 3	Ділова українська мова	3	Екзамен
ОК 4	Іноземна мова	12	Екзамен – 2,4; Залік – 1,3
ОК 5	Вища математика	9	Екзамен – 2, залік – 1
ОК 6	Теорія ймовірності і математична статистика	4	Залік
ОК 7	Економічна теорія	5	Екзамен
ОК 8	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 9	Історія економіки та економічної думки	4	Екзамен
ОК10	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК11	Інформаційні системи і технології	6	Екзамен – 1, залік – 2
ОК 12	Економіко-математичні методи і моделі	7	Екзамен - 3,4
ОК 13	Господарське право	4	Екзамен
ОК 14	Психологія	4	Залік
ОК 15	Фізичне виховання (позакредитна)	-	-
ОК 16	Іноземна мова (позакредитна)	-	-
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу загальної підготовки		72	
Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки			
ВК 1	Політологія	4	Залік
ВК 2	Поведінкова економіка	4	Залік
ВК 3	Основи наукових досліджень	4	Залік
ВК 4	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	4	Залік
ВК 5	Економічне споживання	4	Залік
ВК 6	Дослідження і розробки в компаніях	4	Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу загальної підготовки		12	
2. Цикл професійної підготовки			
Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки			
ОК 17	Маркетинг	9	Екзамен – 4, залік – 3
	Курсова робота	1	залік
ОК 18	Менеджмент	4	Екзамен

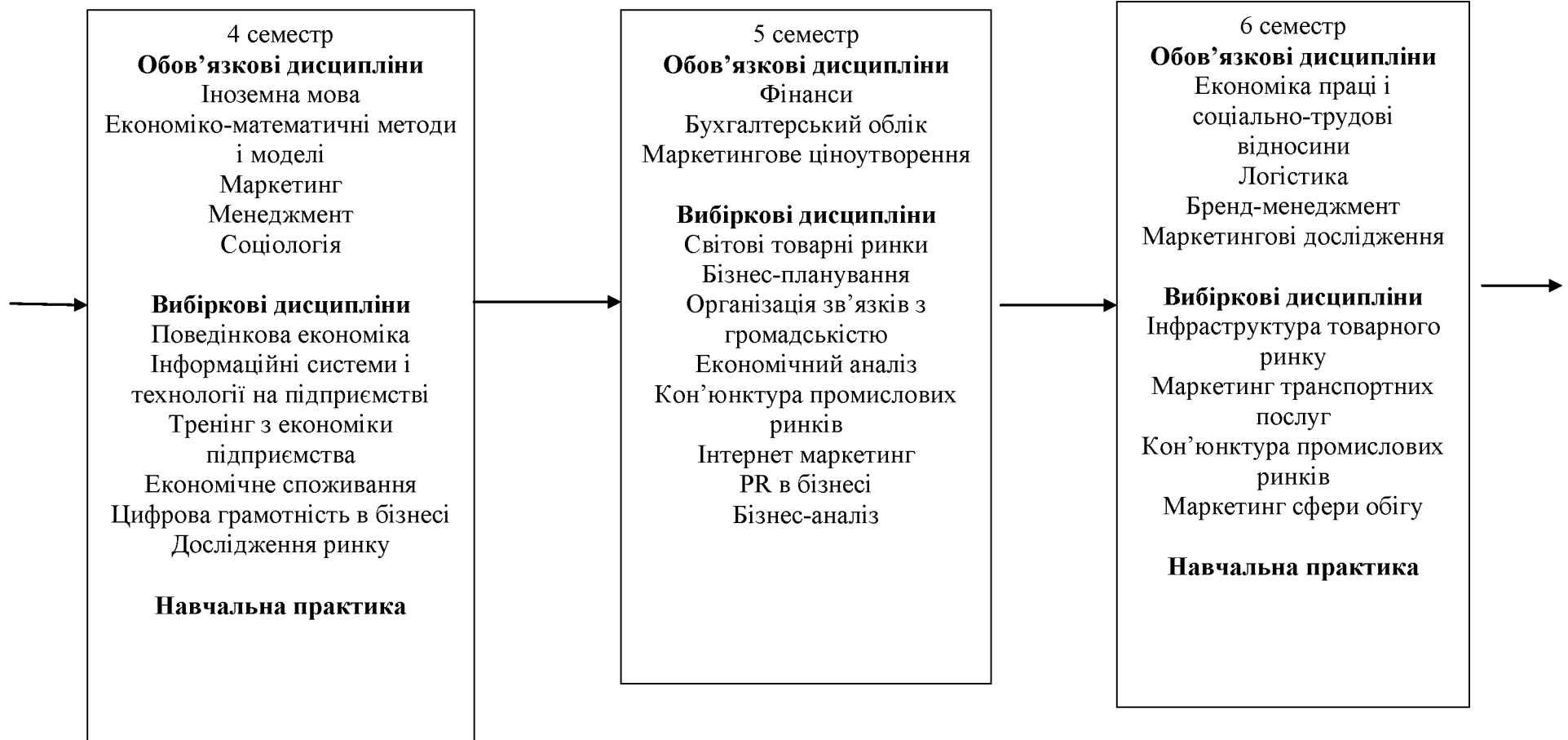
ОК 19	Економіка підприємства	4	Екзамен
ОК 20	Фінанси	3	Екзамен
ОК 21	Бухгалтерський облік	4	Екзамен
ОК 22	Економіка праці і соціально-трудові відносини	5	Екзамен
ОК 23	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ОК 24	Статистика	4	Екзамен
ОК 25	Національна економіка	4	Екзамен
ОК 26	Соціологія	4	Екзамен
ОК 27	Поведінка споживача	5	Екзамен
ОК 28	Логістика	4	Екзамен
ОК 29	Бренд-менеджмент	5	Екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
	Курсова робота	1	Залік
ОК 31	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 32	Маркетинг послуг	5	Екзамен
ОК 33	Міжнародний маркетинг	5	Екзамен
ОК 34	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
	Курсова робота	1	Залік
ОК 35	Маркетинг промислового підприємства	4	Екзамен
	Курсова робота	1	Залік
<i>Практична підготовка</i>			
ОК 36	Навчальна практика	6	Залік – 4,6
ОК 37	Виробнича практика	4,5	залік
<i>Державна атестація</i>			
ОК 38	Комплексний державний іспит	1,5	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу професійної підготовки		101	
Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки			
ВК 6	Основи підприємництва	3	Залік
ВК 7	Економічний аналіз	4	Екзамен
ВК 8	Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків	4	Екзамен
ВК 9	Інфраструктура товарного ринку	4	Залік
ВК 10	Світові товарні ринки	3	Залік
ВК 11	Бізнес-планування	4	Залік
ВК 12	Організація зв'язків з громадськістю	4	Залік
ВК 13	Інформаційні системи і технології на підприємстві	4	Залік
ВК 14	Планування і контроль на підприємстві	4	Залік
ВК 15	Економіка та організація інноваційної діяльності	4	Екзамен
ВК 16	Маркетинг транспортних послуг	4	Залік
ВК 17	Економіка транспорту	4	Екзамен
ВК 18	Етика і професійні стандарти у бізнесі	5	Залік
ВК 19	Тренінг з економіки підприємства	4	Залік

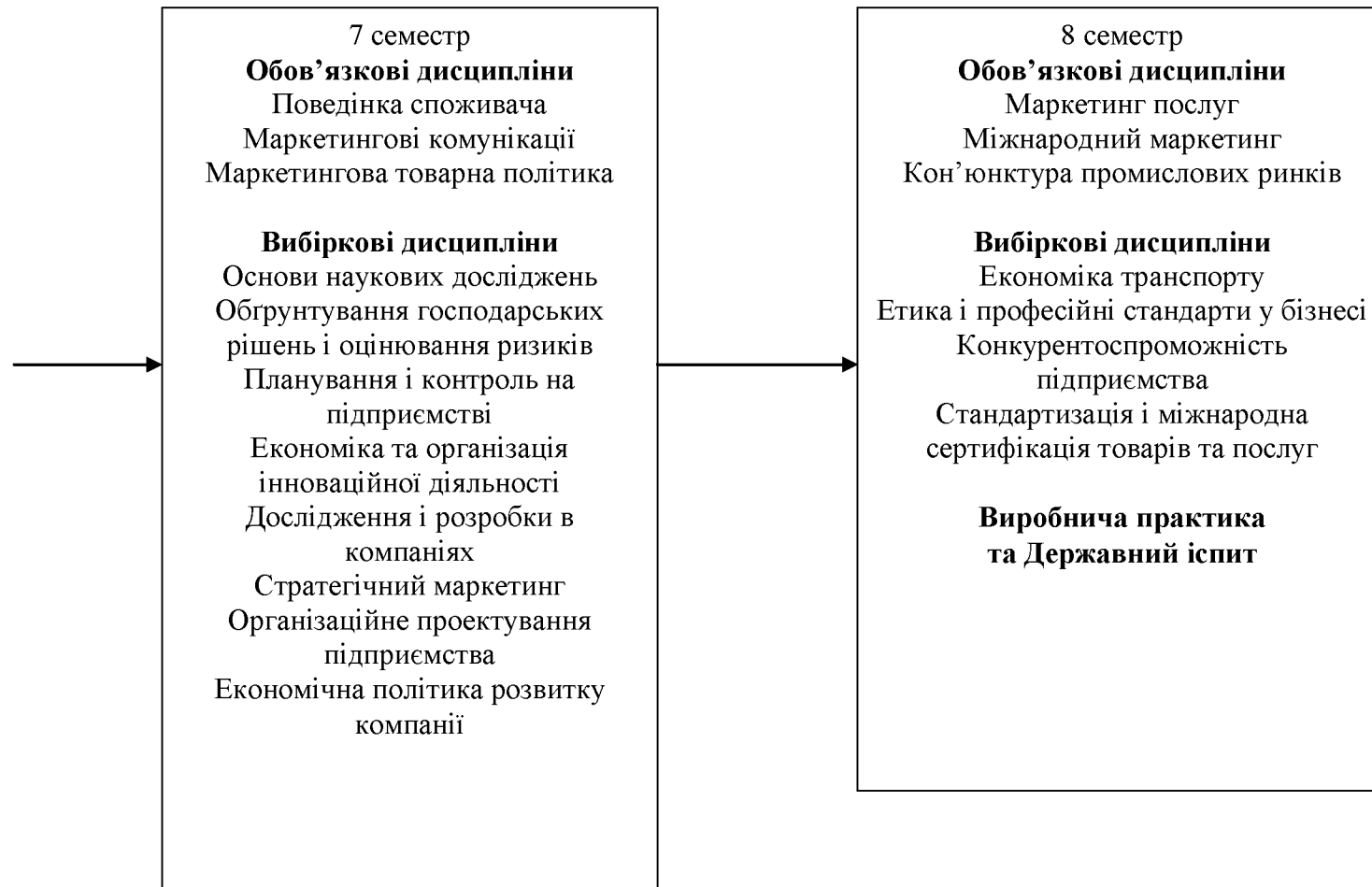
ВК 20	Основи бізнесу	3	Залік
ВК 21	Бізнес-аналіз	4	Екзамен
ВК 22	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
ВК 23	Маркетинг збуту та розподіл	4	Залік
ВК 24	Кон'юнктура промислових ринків	3	Залік
ВК 25	Інтернет маркетинг	4	Залік
ВК 26	PR в бізнесі	4	Залік
ВК 27	Цифрова грамотність в бізнесі	4	Залік
ВК 28	Організаційне проектування підприємства	4	Залік
ВК 29	Економічна політика розвитку компанії	4	Екзамен
ВК 30	Маркетинг сфери обігу	4	Залік
ВК 31	Конкурентоспроможність підприємства	4	Екзамен
ВК 32	Стандартизація і міжнародна сертифікація товарів та послуг	5	Залік
ВК 33	Дослідження ринку	4	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент циклу професійної підготовки		55	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		173	
Загальний обсяг вибірових компонент		67	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Короткий опис логічної послідовності вивчення компонент ОПП, рекомендується представити у вигляді графа.







Згідно із Законом України “Про вищу освіту” студенти мають право на “вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу”.

Вищі навчальні заклади самостійно визначають механізми реалізації права студентів на вибір навчальних дисциплін (описується відповідним Положенням). Вибіркові дисципліни можуть формуватися у блоки, тоді студент вибирає блок дисциплін, після чого усі дисципліни блоку стають обов'язковими для вивчення. Рекомендується використовувати як блочні форми вибору, так і повністю вільний вибір дисциплін студентами.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності № 075 «Маркетинг» проводиться у формі складання комплексного державного екзамену за фахом та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації «бакалавр з маркетингу».

6. Матриця відповідності програмних визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
	Загальні компетентності - 14			
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

