

ОПИС ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень, відповідає шостому кваліфікаційному рівню Національної рамки кваліфікацій України.

Код і назва галузі знань: 07 Управління та адміністрування

Код і назва спеціальності: 075 Маркетинг

Опис предметної області:

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; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.

Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Цілі освітньої програми: Професійна підготовка бакалаврів, як висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, що володіють концептуальними науковими та практичними знаннями у сфері маркетингу для різних секторів економіки з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, майстерністю та інноваційністю на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у маркетинговій діяльності або навчанні, враховуючи світові та державні тенденції попиту на ринку праці, потреб національної економіки.

Тип освітньої програми: освітньо-професійна.

Тип диплому: одиничний

Мова викладання: українська.

Кількість кредитів: 240 кредитів ЄКТС

Форми здобуття освіти та розрахункові строки виконання за кожною з них: інституційна. Розрахунковий строк виконання освітньої програми за інституційною формою становить 4 роки.

Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання: на базі повної загальної середньої освіти (ПЗСО); на основі освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр», освітнього ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством; на основі НРК 6 та НРК 7.

Компетентності та програмні результати навчання, які дають право на присудження/присвоєння визначеної освітньої програмою освітньої кваліфікації:

Загальні компетентності (ЗК)
ЗК01. 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
ЗК02. 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
ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків
ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
ЗК09. 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
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)
СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу
СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі
СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими
СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності

- СК09. 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 кросфункціональному розрізі
- СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Програмні результати навчання

- РН01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- РН02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- РН03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- РН04. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- РН05. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- РН06. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- РН07. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- РН08. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- РН09. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

- PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- PH15. 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.
- PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- PH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- PH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності

Форми атестації здобувачів вищої освіти (відповідно до стандарту):

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі захисту кваліфікаційної роботи.

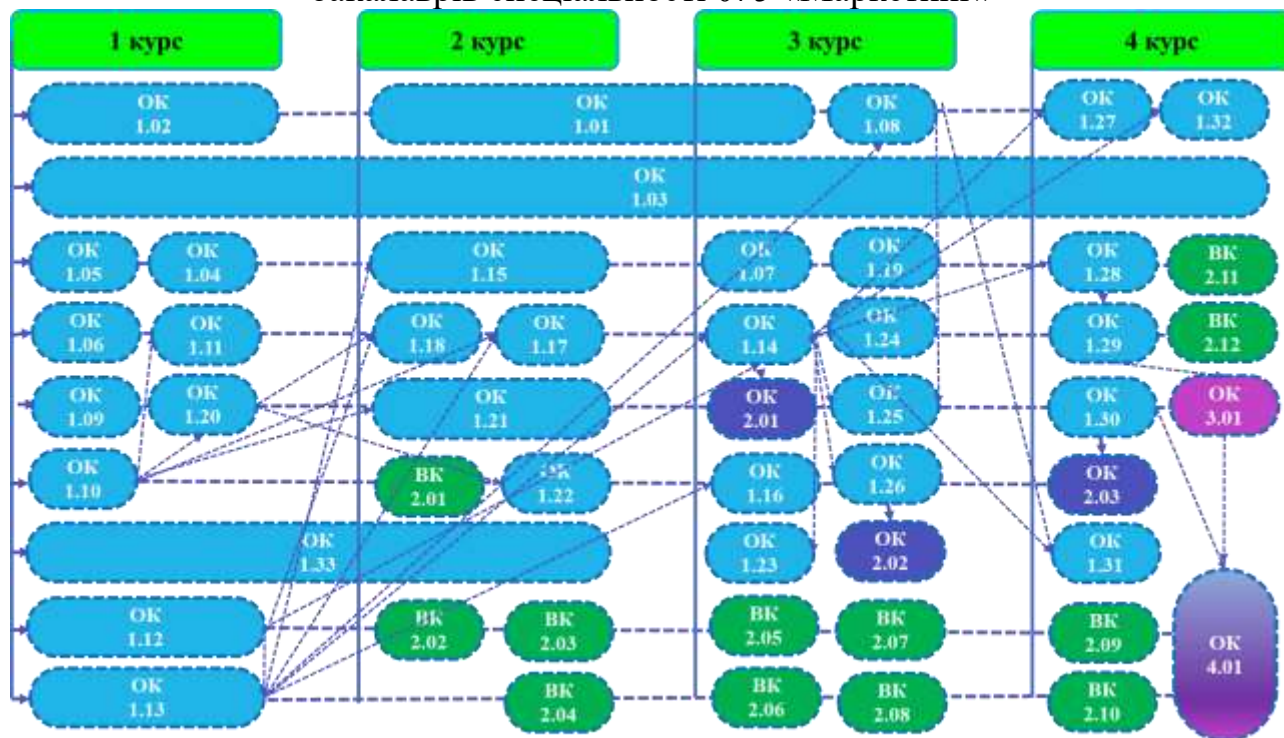
Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його підрозділу, або у репозиторію закладу вищої освіти.

Захист кваліфікаційної випускної роботи бакалавра відбувається відкрито та публічно на засіданні Екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти у вигляді доповіді здобувача у присутності членів екзаменаційної комісії. Доповідь має супроводжуватись демонстрацією результатів дослідження у вигляді презентації або роздаткового матеріалу. Захист кваліфікаційної роботи бакалавра проходить на відкритих засіданнях екзаменаційної комісії. Порядок засідання екзаменаційної комісії та графік захисту затверджується наказом по закладу вищої освіти і заздалегідь повідомляється здобувачам.

Перелік обов'язкових освітніх компонентів, їх логічна послідовність:

Освітній компонент (ОК)	Компонента освітньої програми (навчальна дисципліна, курсовий проект (робота), практика, кваліфікаційна робота)
OK1.01	Українська мова (за професійним спрямуванням)
OK1.02	Історія України і української культури
OK1.03	Іноземна мова
OK1.04	Філософія
OK1.05	Безпека життєдіяльності, основи охорони праці, цивільна безпека
OK1.06	Інформаційні технології
OK1.07	Психологія ділового спілкування
OK1.08	Управління проектами
OK1.09	Господарське право
OK1.10	Вища математика для економістів
OK1.11	Статистика та економетрика
OK1.12	Економічна теорія
OK1.13	Економіка підприємства та мікроекономіка
OK1.14	Маркетинг та дослідження ринку
OK1.15	Основи менеджменту та підприємництва
OK1.16	Міжнародний бізнес
OK1.17	Економічний аналіз та прогнозування
OK1.18	Облік і аудит
OK1.19	Податкова система
OK1.20	Фінанси
OK1.21	Гроші та кредит
OK1.22	Корпоративні фінанси
OK1.23	Теорія галузових ринків
OK1.24	Електронна комерція
OK1.25	Логістика
OK1.26	Маркетинг в галузях та сферах діяльності (маркетинг промислового підприємства та сфери послуг)
OK1.27	Суспільство та споживач як суб'єкти маркетингу (соціологія, поведінка споживача)
OK1.28	Маркетингова товарна політика
OK1.29	Маркетингові комунікації
OK1.30	Науково-дослідна робота студента
OK1.31	Маркетингова політика розподілу
OK1.32	Маркетингові технології
OK1.33	Фізичне виховання
OK2.01	Маркетинг та дослідження ринку
OK2.02	Маркетинг в галузях та сферах діяльності (маркетинг промислового підприємства та сфери послуг)
OK2.03	Науково-дослідна робота студента
OK3.01	Переддипломна практика
OK4.01	Виконання та захист кваліфікаційної роботи

Посеместрова структурна схема освітньої-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг»



До ОП включено окрему освітню компоненту **«Базова загальновійськова підготовка громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» (теоретична підготовка)** (БЗВП - 3 кредити ЄКТС).

БЗВП є елементом підготовки громадян до військової служби, як першої складової військового обов'язку громадян, визначеного статтею 1 Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу». Базову підготовку проходять громадяни України чоловічої статі, які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти.

Від проходження базової підготовки звільняються ті з них, які:

- визнані за станом здоров'я непридатними до військової служби;
- до набуття громадянства України пройшли військову службу в інших державах;
- проходили військову службу;
- мають сертифікат про проходження базової підготовки та здобуття військово-облікової спеціальності.

Не проходять базову підготовку:

- здобувачі вищої освіти, які здобувають освіту за іншими (крім денної та дуальної) формами здобуття освіти, включаючи поєднані;
- здобувачі вищої освіти - іноземні громадяни.

Інших причин звільнення від базової підготовки законодавством не передбачено.

Постійне перебування здобувача освіти на тимчасово окупованій території є підставою для перенесення проходження БЗВП на наступний рік навчання.

Рішення про звільнення здобувачів освіти від проходження базової загальновійськова підготовки/перенесення проходження БЗВП на наступний рік навчання приймають керівники закладів вищої освіти на підставі особистих заяв з

доданням підтвердних документів. Уповноважені представники органів військового управління можуть проводити перевірку наданих здобувачами освіти підтвердних документів.

Здобувачі освіти жіночої статі – громадянки України, які здобувають освіту за денною або дуальною формою здобуття освіти можуть проходити базову підготовку добровільно на підставі особистої заяви, поданої до закладу вищої освіти.

Теоретичну підготовку БЗВП проходять здобувачі вищої освіти на основі повної загальної середньої освіти на другому році навчання. Здобувачі вищої освіти на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра та освітнього ступеня молодшого бакалавра (на основі НРК5) проходять БЗВП на першому році навчання при вступі зі скороченим строком навчання або на другому році навчання при вступі без скорочення строку навчання.

Можливості працевлаштування: Бакалавр маркетингу придатний до працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем. Випускники можуть працювати на посадах фахівців (маркетологів, менеджерів, агентів, спеціалістів): з маркетингу, з маркетингових досліджень, з продажів, з комунікацій, зв'язків з громадськістю, інтернет-маркетингу, реклами тощо.

Процедури присвоєння професійних кваліфікацій (у разі їх присвоєння):

[Не присвоюється]