

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖЕНО



Вчена рада Поліського
національного університету
і протокол від «26» 04 2023 р. № 10

Голова вченої ради

Олег СКИДАН

Освітня програма вводиться у дію
з 01 вересня 2023 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

«MARKETING»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Ступінь вищої освіти бакалавр
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітня кваліфікація: бакалавр менеджменту

Житомир – 2023 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ

освітньої програми

ВНЕСЕНО:

Кафедра менеджменту та маркетингу

протокол від «15» 03 2023 р. № 11


Завідувач кафедри



Людмила ТАРАСОВИЧ

ПРОЄКТНА ГРУПА

Гарант ОП (керівник проєктної групи)




Олена ВЛАСЕНКО, к.е.н., доцент

Члени проєктної групи

Віталій ЗІНОВЧУК, д.е.н., професор



Людмила ТАРАСОВИЧ, к.е.н., доцент



Наталія СТЕПАНЕНКО, к.е.н., доцент



Інна ВОЛКОВА, к.е.н., доцент

ПОГОДЖЕНО:

Навчально-методична комісія
факультету економіки та менеджменту

протокол від «27» 03 2023 р. № 5

Голова навчально-методичної комісії



Оксана ПРОКОПЧУК

Вчена рада факультету
економіки та менеджменту

протокол від «28» 03 2023 р. № 5

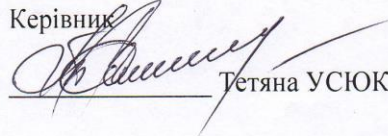
Голова вченої ради факультету



Олександр ОПАЛОВ

Навчально-науковий центр
організації освітнього процесу

Керівник



Тетяна УСЮК

Навчально-науковий центр
забезпечення якості освіти

Керівник



Наталія СТЕПАНЕНКО

ПЕРЕДМОВА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікації бакалавр маркетингу розроблена на основі Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 – Маркетинг, який затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Розроблено проектною групою у складі:

Прізвище та ім'я	Науковий ступінь, шифр та назва наукової спеціальності	Вчене звання (за кафедрою)	Посада та назва підрозділу (за основним місцем роботи)
<i>Керівник проектної групи (гарант освітньої програми)</i>			
Власенко Олена	К.е.н., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)	Доцент кафедри ЗЕД підприємств	Доцент кафедри менеджменту та маркетингу
<i>Члени проектної групи</i>			
Зіновчук Віталій	Д.е.н., 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК	Професор кафедри ЗЕД підприємств	Професор кафедри менеджменту та маркетингу
Тарасович Людмила	К.е.н., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)	Доцент кафедри маркетингу	Завідувач кафедри менеджменту та маркетингу
Степаненко Наталія	К.е.н., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)	Доцент кафедри ЗЕД підприємств	Доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Волкова Інна	К.е.н., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)	Доцент кафедри ЗЕД підприємств	Доцент кафедри менеджменту та маркетингу

Зовнішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньої програми:

Прізвище та ім'я	Науковий ступінь (за наявності), посада та назва організації (за основним місцем роботи)
Дьоміна Оксана	Виконавчий директор ГО «Об'єднання маркетологів України»
Багорка Марія	Завідувач кафедри маркетингу Дніпровського державного-аграрно-економічного університету, д.е.н., професор
Гагнідзе Вікторія	Директор з маркетингу та розвитку групи компаній ITM Industry Group
Ахметов Ілляс	Директор ТОВ «АГЕНЦІЯ «ГУДВІЛЛ»», м. Житомир, к.е.н.
Лугай Лідія	Начальник сектору людських ресурсів та касових операцій ТОВ «АШАН УКРАЇНА ГІПЕРМАРКЕТ», м. Житомир
Герелиця Роман	Фахівець з методів розширення ринку збуту, бренд-менеджер ТОВ «Агросем», м. Київ, к.е.н.
Піменов Володимир	Власник торгової марки «CITY PROFIT», ФОП «Піменов В.В.», м. Житомир
Пампура Тетяна	Івент-менеджер Beetroot Academy, м. Житомир

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1.1 Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти	Поліський національний університет
Повна назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту та маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва кваліфікації	Бакалавр маркетингу
Наявність акредитації	
Цикл/рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Обсяг освітньої програми, термін навчання, передумови	<ul style="list-style-type: none"> - 240 ЄКТС, 3 роки 10 міс., на основі ПЗСО. - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти 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 освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2027
Мова(и) викладання	українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://polissiauniver.edu.ua/
1.2 Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців здатних до провадження ефективної маркетингової діяльності в усіх сферах народного господарства в умовах сучасного інституційного середовища.	
1.3 Характеристика освітньої програми	
Предметна область освітньої програми	<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 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,</p>

	<p>розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми	Здобуття вищої освіти в галузі 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг. Акцент на здатності розробляти та впроваджувати управлінські рішення щодо маркетингової діяльності суб'єктів господарювання в різних галузях національної економіки з урахуванням особливостей поведінки споживача й природи взаємодії контрагентів на ринках B2C, B2B, B2G в умовах актуалізації екологічного тренду та маркетингової концепції розвитку територій.
Унікальність освітньої програми	Унікальність освітньої програми полягає у забезпеченні міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з маркетингу з урахуванням екологічної тренду розвитку сучасного бізнесу. Особливістю освітньої програми є направленість на забезпечення формування у здобувачів вищої освіти спектру компетентностей щодо сучасних маркетингових трендів – інформатизації інструментів, міжнародної орієнтації, стратегічного обґрунтування, екологічної пріоритетності, територіальної парадигми та публічної актуальності.
1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Посади (професії) працівників визначаються згідно із Національним класифікатором ДК 003:2010 «Класифікатор професій», затвердженим наказом Держспоживстандарту від 28.07.10 р. № 327, відповідно до якого виділяються такі професійні назви робіт з маркетингу та належать такі посади:</p> <p><u>професійне угруповання 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту(маркетингу) 1233.1, начальник комерційного відділу 1233.65)</u></p> <p><u>професійне угруповання 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю</u></p> <p><u>професійне угруповання 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання</u></p> <p><u>професійне угруповання 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній</u></p>

	<p>торгівлі (1314.65 Директор (керівник) малої торговельної фірми, 1314.65 Керуючий магазином</p> <p><u>професійне угруповання 1317</u> Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.) (1317.65 Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.)</p> <p><u>професійне угруповання 14</u> Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів (1451 Менеджер (управитель) в торгівлі транспортними засобами, 1452 Менеджер (управитель) в оптовій торгівлі, 1453 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами 1453.1 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими товарами та їх ремонті, 1453.2 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами, 1454 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами, 1475.4 Менеджер (управитель) з логістики, 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, 1475.4 Менеджер (управитель) з постачання, 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту, 1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами</p> <p><u>професійне угруповання 2419</u> Професіонал у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності: (2419.2 економіст із збуту, консультант з: ефективності підприємництва, логіст, методів розширення ринку збуту, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку)</p> <p><u>професійне угруповання 3415</u> Технічні та торговельні представники (3415.1 Агент, Агент комерційний, Агент торговельний, Комівояжер, Мерчендайзер, 3415.65 Представник торговельний)</p> <p><u>професійне угруповання 3419</u> Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі (3419 Організатор з постачання, 3419.18 Організатор із збуту)</p> <p><u>професійне угруповання 3422</u> Агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції 3422.1 Експедитор, Експедитор транспортний</p> <p><u>професійне угруповання 3436</u> Помічники керівників 3436.1.76 Помічник керівника підприємства (установи, організації)</p> <p><u>професійне угруповання 413</u> Службовці, що займаються реєстрацією матеріальних цінностей та транспортуванням (4131.1 Агент з постачання, Службовці на складах)</p> <p><u>професійне угруповання 4132</u> Приймальники замовлень</p>
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 Викладання, навчання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, практичних занять,

	дискусій, ділових ігор, проектних робіт, майстер-класів практиків, самостійної та індивідуальної роботи, курсових робіт, консультацій, навчальних і виробничої практик, опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, інформаційних джерел мережі Інтернет.
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та екзамени (усні та письмові), презентації результатів індивідуальної, самостійної та проектної робіт, підготовка і захист курсових робіт, захист звіту з виробничої практики, проходження підсумкової атестації (атестаційний екзамен).
1.6 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)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>

<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<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 style="text-align: center;"><i>Додаткові спеціальні компетентності, визначені освітньою програмою</i></p> <p>СК15. Здатність провадити маркетингову діяльність на засадах екологічної свідомості бізнесу з урахуванням трансформації поведінки споживача щодо культури споживання в рамках екологічного тренду.</p>
<p>1.7 Програмні результати навчання (ПРН)</p>	
<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>	

- PH6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- PH7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- PH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- PH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- PH13. 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.
- Додаткові програмні результати навчання, визначені освітньою програмою*
- PH19. Демонструвати розуміння концепції сталого розвитку в площині прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, актуалізації екологічного тренду поведінки споживача та принципів маркетингової парадигми розвитку територій.

1.8 Академічна мобільність

Національна академічна мобільність

Національна академічна мобільність передбачає участь студентів в освітньому процесі іншого вітчизняного ЗВО, проходження навчальної або виробничої практики, проведення наукових досліджень з можливістю перезарахування в установленому порядку освоєних навчальних дисциплін, практик тощо. Для науково-педагогічних, наукових та педагогічних працівників в межах цього виду академічної мобільності передбачено участь у спільних проєктах, викладання, наукове дослідження, наукове стажування, підвищення кваліфікації. Академічна мобільність здійснюється на підставі укладених університетом угод про співробітництво з іншими ЗВО (чи їх підрозділами), а також за згодою адміністрації університету на основі індивідуальних запрошень та інших механізмів. Поліський національний університет для реалізації права на національну академічну мобільність уклав договори про співробітництво з такими установами: ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ (Київ), Національним університетом біоресурсів і

	<p>природокористування України (Київ), ННЦ «Інститут аграрної економіки» НАНУ (Київ), Національним авіаційним університетом, Білоцерківським національним аграрним університетом, Сумським національним аграрним університетом, Вінницьким національним аграрним університетом, Львівським національним університетом природокористування, Чернівецьким національним університетом ім. Юрія Федьковича, ДУ «Житомирська політехніка», Житомирським державним університетом ім. І. Франка тощо.</p>
<p>Міжнародна академічна мобільність</p>	<p>Міжнародна академічна мобільність студентів спрямована на підвищення якості вищої освіти, ефективності наукових досліджень та гармонізації стандартів вищої освіти, забезпечення конкурентоспроможності випускників університету на українському та міжнародному ринках освітніх послуг і праці, залучення зарубіжного інтелектуального потенціалу до роботи в університеті, набуття студентами досвіду впровадження інших моделей створення та поширення знань й поглиблення інтеграційних процесів з питань навчання і наукових досліджень. Для науково-педагогічних, наукових та педагогічних працівників в межах цього виду академічної мобільності передбачено участь у спільних проєктах, викладання, наукове дослідження, наукове стажування, підвищення кваліфікації, обмін професійним досвідом. З цією метою університетом укладено угоди про співпрацю з такими установами: Університетом штату Міссурі (США); Університетом Александраса Стулгінскіса (м. Каунас, Литва); IPB University та University Nasional (Індонезія); Польською фундацією «Інститут Міжнародного Академічного та Наукового Співробітництва» (ІМАНС) (м. Варшава, Польща); Гнезінською Вищою школою Міленіум (м. Гнезіно, Польща); Університетом економіки в Бидгощі (м. Бидгощ, Польща); Академією Ігнатіанум у Кракові (м. Краків, Польща); Вища школа агробізнесу (м. Ломжа, Польща), Люблінська політехніка (Польща), ТОВ Біовета Україна (представництво Bioveta, a.s. (Чехія) в Україні).</p>
<p>1.9 Обсяг кредитів ECTS, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти (вимоги Стандарту)</p>	
<p>Освітньо-професійна програма бакалавра становить 240 кредитів ЄКТС.</p> <ul style="list-style-type: none"> • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо- кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми

Код компонента	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
ОК 1	Історія та культура України	4	екзамен
ОК 2	Ділова українська мова	4	екзамен
ОК 3	Ділова іноземна мова	9	екзамен
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	9	екзамен
ОК 5	Фізичне виховання	4	залік
ОК 6	Економічна теорія, мікроекономіка та макроекономіка	6	екзамен
ОК 7	Математика для економістів	4	залік
ОК 8	Господарське право	4	екзамен
ОК 9	Інформаційні технології	5	екзамен
ОК 10	Філософія	4	екзамен
ОК 11	Психологія	4	екзамен
ОК 12	Економіко-математичні методи і моделі	4	залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ОК 13	Вступ до спеціальності	6	екзамен
ОК 14	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 15	Електронна комерція	4	залік
ОК 16	Менеджмент	6	екзамен
ОК 17	Маркетингове ціноутворення	4	залік
ОК 18	Економіка підприємства	4	залік
ОК 19	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 20	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОК 21	Фінанси, банківська справа та страхування	4	екзамен
ОК 22	Підприємництво та бізнес-планування	4	екзамен
ОК 23	Маркетингова політика розподілу	4	залік
ОК 24	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень	5	екзамен, курслова робота
ОК 25	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 26	Маркетингова комунікаційна політика та рекламна діяльність	5	екзамен
ОК 27	Маркетинг послуг	5	екзамен
ОК 28	Бренд-менеджмент	4	екзамен
ОК 29	Аудит маркетингової діяльності	5	екзамен
ОК 30	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ОК 31	Екологічний маркетинг	5	екзамен
ОК 32	Маркетинг територій	4	екзамен
ОК 33	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ОК 34	Промисловий маркетинг	4	залік

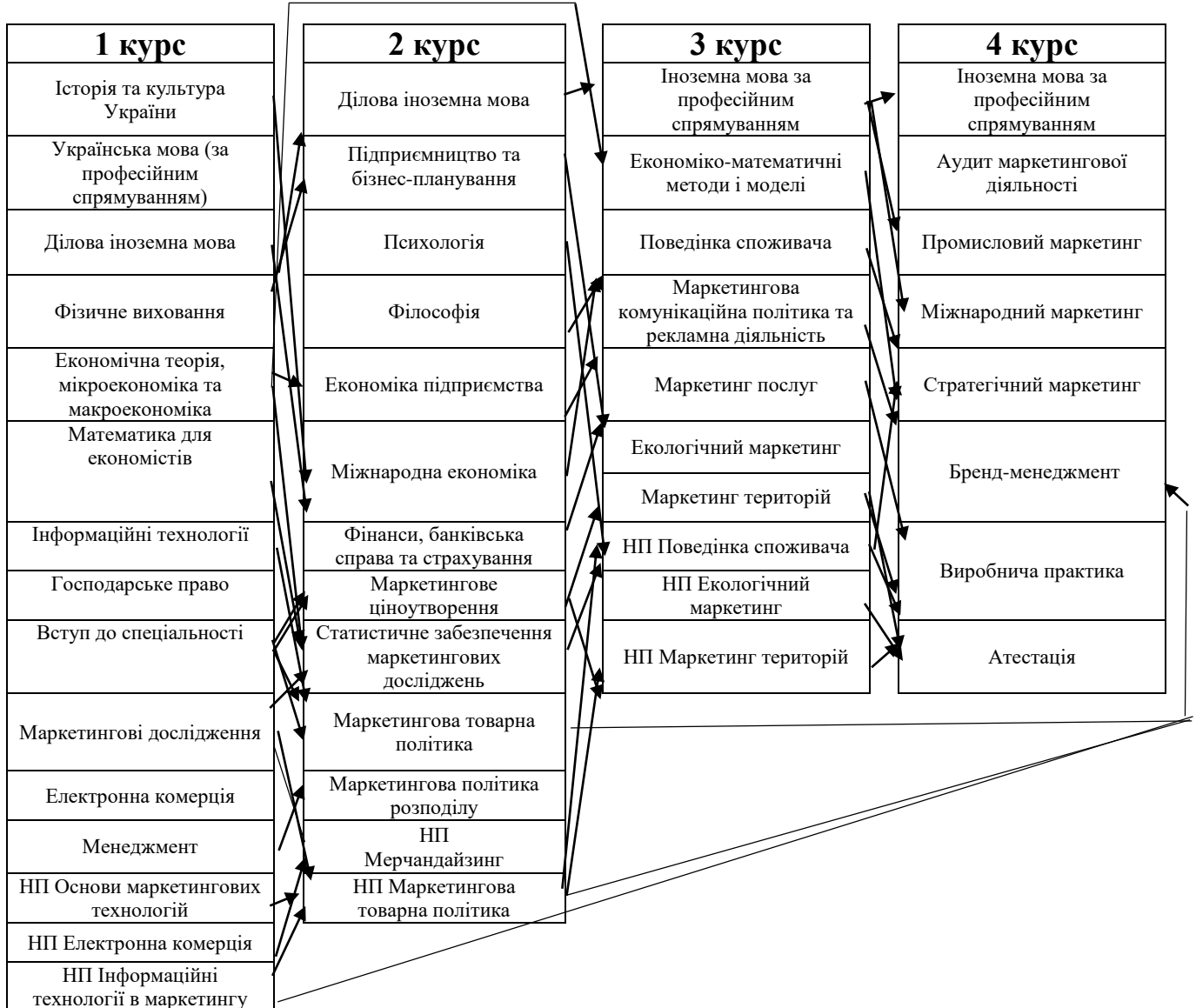
<i>Практична підготовка</i>			
ОК 35	Основи маркетингових технологій	2	диф. залік
ОК 36	Електронна комерція	1	диф. залік
ОК 37	Інформаційні технології в маркетингу	1	диф. залік
ОК 38	Маркетингова товарна політика	2	диф. залік
ОК 39	Мерчандайзинг	2	диф. залік
ОК 40	Поведінка споживача	2	диф. залік
ОК 41	Екологічний маркетинг	1	диф. залік
ОК 42	Маркетинг територій	1	диф. залік
ОК 43	Виробнича практика	4	захист звіту
Атестація			
ОК 44	Підготовка до атестації	1	-
ОК 45	Атестаційний екзамен	1	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180	
Варіативні компоненти			
ВД 1	Дисципліна	4	залік
ВД 2	Дисципліна	4	залік
ВД 3	Дисципліна	4	залік
ВД 4	Дисципліна	4	залік
ВД 5	Дисципліна	4	залік
ВД 6	Дисципліна	4	залік
ВД 7	Дисципліна	4	залік
ВД 8	Дисципліна	4	залік
ВД 9	Дисципліна	4	залік
ВД 10	Дисципліна	4	залік
ВД 11	Дисципліна	4	залік
ВД 12	Дисципліна	4	залік
ВД 13	Дисципліна	4	залік
ВД 14	Дисципліна	4	залік
ВД 15	Дисципліна	4	залік
Загальний обсяг варіативних компонентів:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема Послідовність вивчення компонент освітньої програми

Номер з/п	Назва дисципліни	Кільк. кредит ЄКТС	Заг. обсяг год.	Форма підсум. контр.
1-й семестр				
ОК 1	Історія та культура України	4	120	Екзамен
ОК 3	Ділова іноземна мова	2	60	Залік
ОК 5	Фізичне виховання	2	60	Залік
ОК 6	Економічна теорія, мікроекономіка та макроекономіка	6	180	Екзамен
ОК 7	Математика для економістів	4	120	Залік
ОК 8	Господарське право	4	120	Екзамен
ОК 13	Вступ до спеціальності	6	180	Екзамен
НП 1	Основи маркетингових технологій	2	60	Диф.залік
	Всього у 1-му семестрі	30,0	900	
2-й семестр				
ОК 2	Ділова українська мова	4	120	Екзамен
ОК 3	Ділова іноземна мова	2	60	Залік
ОК5	Фізичне виховання	2	60	Залік
ОК 9	Інформаційні технології	5	150	Екзамен
ОК 14	Маркетингові дослідження	5	150	Екзамен
ОК 15	Електронна комерція	4	120	Залік
ОК 16	Менеджмент	6	180	Екзамен
НП 2	Електронна комерція	1	30	Диф залік
НП 3	Інформаційні технології в маркетингу	1	30	Диф залік
	Всього у 2-му семестрі	30,0	900	
3-й семестр				
ОК 3	Ділова іноземна мова	2	60	Залік
ОК10	Філософія	4	120	Екзамен
ОК 17	Маркетингове ціноутворення	4	120	Залік
ОК 18	Економіка підприємства	4	120	Залік
ОК 19	Маркетингова товарна політика	5	150	Екзамен
ОК 20	Міжнародна економіка	5	150	Екзамен
ОК 21	Фінанси, банківська справа та страхування	4	120	Екзамен
НП 4	Маркетингова товарна політика	2	60	Диф.залік
	Всього у 3-му семестрі	30,0	900	
4-й семестр				
ОК 3	Ділова іноземна мова	3	90	Екзамен
ОК22	Підприємництво та бізнес-планування	4	120	Екзамен
ОК 11	Психологія	4	120	Екзамен
ОК 23	Маркетингова політика розподілу	4	120	Залік
ОК 24	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень (курслова робота)	5	150	Екзамен
ВД 1	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 2	Дисципліна	4	120	Залік
НП 5	Мерчандайзинг	2	60	Диф.залік
	Всього у 4-му семестрі	30,0	900	
5-й семестр				
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	2	60	Залік

ОК 12	Економіко-математичні методи і моделі	4	120	Залік
ОК 25	Поведінка споживача	4	120	Екзамен
ОК 26	Маркетингова комунікаційна політика та рекламна діяльність	5	150	Екзамен
ОК 27	Маркетинг послуг	5	150	Екзамен
ВД 2	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 3	Дисципліна	4	120	Залік
НП 6	Поведінка споживача	2	60	Диф. Залік
	Всього у 5-му семестрі	30,0	900	
6-й семестр				
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	90	Екзамен
ОК 31	Екологічний маркетинг	5	150	Екзамен
ОК 32	Маркетинг територій	4	120	Екзамен
ВД 5	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 6	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 7	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 8	Дисципліна	4	120	Залік
НП 7	Екологічний маркетинг	1	30	Диф. Залік
НП 8	Маркетинг територій	1	30	Диф. Залік
	Всього у 6-му семестрі	30,0	900	
7-й семестр				
ОК 30	Іноземна мова за професійним спрямуванням	4	120	Екзамен
ОК 28	Бренд-менеджмент	4	120	Екзамен
ОК 29	Аудит маркетингової діяльності	5	150	Екзамен
ОК 33	Міжнародний маркетинг	5	150	Екзамен, курсовий проект
ВД 9	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 10	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 11	Дисципліна	4	120	Залік
	Всього у 7-му семестрі	30,0	900	
8 семестр				
ОК 4	Стратегічний маркетинг	4	120	Екзамен
ОК 34	Промисловий маркетинг	4	120	Залік
ВД 12	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 13	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 14	Дисципліна	4	120	Залік
ВД 15	Дисципліна	4	120	Залік
ВП	Виробнича практика	4	120	Захист звіту
А	Підготовка до атестації та атестаційний екзамен	2	60	Екзамен
	Всього у 8-му семестрі	30,0	900	
Всього		240	7200	

2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Принципи та процедури забезпечення якості вищої освіти	<p>Принципи забезпечення якості вищої освіти: відповідність національним та європейським стандартам якості вищої освіти; автономність Університету, як відповідального за забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; системність та процесний підхід до управління якістю освітнього процесу; комплексність в управлінні процесом контролю якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; системність у здійсненні моніторингових процедур з якості; безперервність підвищення якості вищої освіти.</p> <p>Процедури забезпечення якості вищої освіти: здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми; щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату; інші процедури та заходи</p>
Моніторинг та періодичний перегляд освітньої програми	Освітня програма має відповідати вимогам стандарту вищої освіти. Періодичний перегляд освітньої програми здійснюється за критеріями, які формуються у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, студентами, випускниками, роботодавцями, а також внаслідок прогнозування розвитку галузі, потреб суспільства
Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти	Система оцінювання здобувачів вищої освіти включає здійснення таких контрольних заходів: вхідного, поточного, модульного (рубіжного), підсумкового та відстроченого контролю.

Щорічне оцінювання науково-педагогічних працівників	Оцінювання науково-педагогічних працівників проводиться на підставі ключових показників, визначених з урахуванням їх посадових обов'язків (виконання навчальної, методичної, наукової, організаційної роботи та інших трудових обов'язків)
Підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників	Педагогічні і науково-педагогічні працівники підвищують кваліфікацію та проходять стажування в Україні або за кордоном не рідше одного разу на п'ять років. В Університеті реалізуються власні програми підвищення кваліфікації (семінари, тренінги, вебінари, «круглі столи» тощо). Працівникам, які пройшли стажування або підвищення кваліфікації, видається відповідний документ
Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу	Ресурсами для організації освітнього процесу за освітньою програмою є: <ul style="list-style-type: none"> • стандарт вищої освіти; • індивідуальний навчальний план; • робочі програми навчальних дисциплін; • програми навчальної, виробничої та інших видів практик; • інші ресурси (підручники і навчальні посібники; інструктивно-методичні матеріали до семінарських, практичних і лабораторних занять; завдання для самостійної роботи тощо). Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності дотримуються вимоги до кадрового, матеріально-технічного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності
Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Ефективному управлінню освітньою діяльністю сприяють: Єдина державна електронна база з питань освіти; пакет «Деканат», який включає модуль «Навчальний план», модуль «Навчальний процес» і модуль «Розклад»; система дистанційного навчання на платформі Moodle для організації самостійної роботи студентів; електронний архів; кампусна комп'ютерна мережа, яка складається з 2 корпоративних мереж, що включають 7 локальних мереж і 36 точок бездротового доступу до мережі Інтернет; інші інформаційні системи.
Забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію	Публічність інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію забезпечується шляхом: оприлюднення інформації на офіційному веб-сайті Університету; розміщення інформації на інформаційних стендах; в інший спосіб відповідно до чинного законодавства.
Забезпечення дотримання академічної доброчесності	Процедури та заходи забезпечення дотримання академічної доброчесності: розробка та введення в дію Положення про академічну доброчесність, запобігання та виявлення плагіату в Університеті; проведення комплексу відповідних профілактичних заходів в Університеті; здійснення контролю за дотриманням академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі шляхом перевірки на плагіат, із використанням відповідної програми, кваліфікаційних робіт, дисертацій та авторефератів, монографій, підручників і посібників, рукописів статей і тез доповідей, курсових робіт (проектів) тощо; у разі виявлення академічного плагіату автори несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства.

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТЕЙ ВИЗНАЧЕНИХ СТАНДАРТОМ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ДЕСКРИПТОРАМ НРК

- **Інтегральна компетентність спеціальності:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні завдання у сфері міжнародних відносин у цілому та міжнародних економічних, зокрема, професійної діяльності (у т.ч. у процесі навчання), що передбачає застосування новітніх теорій та методів при здійсненні комплексних досліджень світогосподарських зв'язків.

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання		Уміння		Комунікація		Автономія та відповідальність	
	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	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	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності	К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах		
Загальні компетентності - 14								
ЗК1								АВ2
ЗК2								АВ2
ЗК3				УМ1		К1		
ЗК4		ЗН1		УМ1				
ЗК5						К2		АВ1
ЗК6		ЗН2						
ЗК7		ЗН2		УМ1				АВ1
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		К1		АВ1
СК13				УМ1		К1		АВ1
СК14				УМ1		К1		АВ1

Шифр дисципліни	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	OK 40	OK 41	OK 42	OK 43	OK 44	OK 45	
ЗК 1																+						+	
ЗК 2																					+		
ЗК 3														+									
ЗК 4																+						+	
ЗК 5																							
ЗК 6	+		+	+	+																+		
ЗК 7	+						+														+		+
ЗК 8										+													
ЗК 9													+										
ЗК 10														+									
ЗК 11																						+	
ЗК 12									+		+		+				+		+				
ЗК 13										+													
ЗК 14						+		+	+			+				+		+	+				+
СК 1					+							+			+				+	+			
СК 2															+								
СК 3	+						+																
СК 4		+	+	+							+				+							+	
СК 5		+	+				+														+		+
СК 6						+				+													
СК 7	+							+	+	+									+	+			
СК 8														+									
СК 9																							
СК 10													+									+	
СК 11		+				+					+						+						
СК 12					+				+				+			+				+			+
СК 13							+		+								+			+	+		
СК 14			+							+		+					+				+		
СК 15		+					+	+	+	+								+	+				+

Шифр дисципліни	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	ОК 39	ОК 40	ОК 41	ОК 42	ОК 43	ОК 44	ОК 45	
PH 1			+										+		+								
PH 2	+					+	+									+							
PH 3					+	+																	
PH 4	+							+		+								+			+		
PH 5		+								+					+					+		+	
PH 6						+	+							+									
PH 7									+										+				
PH 8				+									+				+			+		+	
PH 9						+																	
PH 10					+																		
PH 11		+				+			+								+		+				
PH 12												+									+		
PH 13																						+	
PH 14			+													+							
PH 15						+				+										+			
PH 16			+					+				+		+				+					
PH 17				+																			
PH 18										+				+			+						+
PH 19		+					+	+	+	+								+	+				+

Гарант освітньо-професійної програми

Олена ВЛАСЕНКО