

**ПРОЄКТ**  
**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

підготовки здобувачів вищої освіти  
на першому (бакалаврському) рівні

**«МАРКЕТИНГ»**

за спеціальністю	D5 Маркетинг
галузі знань	D Бізнес, адміністрування та право
кваліфікація	бакалавр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою Державного університету  
економіки і технологій  
\_\_\_\_\_ 202\_ р. (протокол № \_\_\_\_)

Голова Вченої ради Державного університету  
економіки і технологій

\_\_\_\_\_ Андрій ШАЙКАН

\_\_\_\_\_ 202\_ р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	D Бізнес, адміністрування та право
<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	D5 Маркетинг
<b>КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	бакалавр маркетингу

**РЕКОМЕНДОВАНО**

Кафедрою управління бізнесом Державного університету економіки і технологій  
№ \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.

В.о. завідувача кафедри \_\_\_\_\_ Ганна АНДРУЩЕНКО

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного  
університету економіки і технологій  
Протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.

Голова Вченої ради \_\_\_\_\_ Олег ПОДКОПАЄВ

**ПОГОДЖЕНО**

Науково-методичною радою Державного університету економіки і технологій  
Протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 202\_ р.

Голова науково-методичної ради \_\_\_\_\_ Валентин ОРЛОВ

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою Державного університету економіки і технологій  
Протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 202\_ р.

Голова Вченої ради \_\_\_\_\_ Андрій ШАЙКАН

**НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ в.о. ректора Державного університету економіки і технологій

№ \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 202\_ р.

.

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг, розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти №1343 від 05.12.2018 р.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг.

**Освітньо-професійна програма для бакалавра розроблена проектною групою у складі:**

1. Марина Володимирівна Зав'ялова – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління бізнесом, керівник проектної групи.
2. Ганна Іванівна Андрущенко – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри управління бізнесом, член проектної групи.
3. Тетяна Олександрівна Петрішина – кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри управління бізнесом, член проектної групи.

**Рецензії-відгуки зовнішніх стейхолдерів:**

1. Роман Барішенський – керівник рекламного агентства ФОП Барішенський Р.В., digital-маркетолог міжнародної ІТ-компанії Webnauts Academy.
2. Нікіта Лавренєв – спеціаліст з маркетингу спільноти глобальної компанії Torpal.
3. Іван Кулаков - директор ТОВ «Авто Крок КР».

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін у освітньо-професійну програму регулюється Положенням про освітні програми Державного університету економіки і технологій введеного в дію наказом в.о. ректора Університету від 31.10.2024 р. № 4.

Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні спеціальності D3 Менеджмент не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Державного університету економіки і технологій.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг.

## 1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

<b>1 - Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Державний університет економіки і технологій Навчально-науковий інститут управління та бізнес – освіти Кафедра управління бізнесом
<b>Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Рівень вищої освіти: Бакалавр Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньо-професійної програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	<p>Тип диплома: диплом бакалавра, одиничний.</p> <p>Обсяг освітньо-професійної програми:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС (термін навчання 3 роки 10 місяців);</li> <li>- 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) (термін навчання 1 рік 10 місяців);</li> <li>- спеціальностей галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, а також спеціальністю C1 Економіка галузі знань C Соціальні науки, журналістика та інформація – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС;</li> <li>- 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 (термін навчання 2 роки 10 місяців).</li> </ul> <p>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.</p> <p>Мінімум 120 кредитів ЄКТС (50% обсягу) освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.</p>
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію серія УД № 04009938 з галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг Термін дії сертифіката до 1 липня 2024 року.
<b>Цикл/рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
<b>Передумови</b>	Освіта: <ul style="list-style-type: none"> <li>- повна загальна середня освіта;</li> <li>- освітнього-кваліфікаційний рівень молодший спеціаліст;</li> </ul>

	- на базі ступеня молодший бакалавр. Без обмежень доступу до навчання. Умови вступу визначають правила прийому до Державного університету економіки і технологій.
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова
<b>Термін дії освітньо-професійної програми</b>	До 01 липня 2024 року або до завершення повного циклу навчання
<b>Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</b>	<a href="https://www.duet.edu.ua/ua">https://www.duet.edu.ua/ua</a>
<b>2 - Мета освітньо-професійної програми</b>	
Сформувати у майбутніх фахівців систему теоретико-методичних знань та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
<b>3 - Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг <b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <b>Теоретичний зміст предметної області:</b> 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. <b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
<b>Орієнтація освітньо-професійної програми</b>	Освітньо-професійна. Освітньо-професійна програма спеціальності D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти базується на законах, закономірностях та принципах, а також історичних передумовах та сучасних тенденціях розвитку маркетингу. Орієнтується на використання сучасних методів та технологій провадження маркетингової діяльності. Формує креативних фахівців із новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи маркетингової діяльності підприємства, установи та

	організації, але й удосконалювати їх на базі сучасних досягнень.
<b>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</b>	<i>Загальна освіта</i> в галузі знань D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг: глибокі знання з маркетингу, маркетингових досліджень, управління продажами, маркетингової товарної політики, цифрового маркетингу. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, цифровий маркетинг, маркетингова товарна політика, логістика, послуги, збут, маркетингові дослідження, дизайн, реклама.
<b>Особливості програми</b>	Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів з маркетингу має ряд особливостей, які роблять її актуальною та ефективною для формування висококваліфікованих фахівців з маркетингу. Програма активно впроваджує дизайн-мислення як інструмент для розв'язання маркетингових завдань. Здобувачі навчаються дивитися на проблеми з позиції користувача, розробляти інноваційні та ефективні рішення, що надає їм конкурентну перевагу в професійній сфері. Крім того, програма передбачає проходження практики вже з другого курсу. Це дає можливість здобувачам отримати реальний досвід роботи в умовах сучасного маркетингового середовища та застосовувати набуті знання на практиці.
<b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускники програми можуть займати посади (за державним класифікатором професій ДКК 003:2010): 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання 1448 Менеджери (управителі) туристичних агентств та бюро подорожей 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей 3415 Технічні та торговельні представники 3416 Закупники 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010».
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за програмами НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 - Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Студентоцентроване навчання, організаційне навчання в Moodle, проблемно-орієнтоване навчання, творчі підходи до навчання, креативність освіти, самонавчання, індивідуальна робота з викладачами, участь у наукових дослідженнях.

<b>Оцінювання</b>	Тестування знань, оцінювання усних відповідей, презентацій на практичних заняттях, виконання та захист самостійних індивідуальних робіт; курсових робіт, модульних контрольних робіт, складання екзаменів, захист звітів з практик, захист кваліфікаційної роботи бакалавра тощо.
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p><b>ЗК1.</b> 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><b>ЗК2.</b> 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><b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p><b>ЗК5.</b> Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>ЗК10.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p><b>ЗК11.</b> Здатність працювати в команді.</p> <p><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p><b>ЗК15.</b> Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та інших будь-яких проявів недобросовісності.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b>	<p><b>СК1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p><b>СК2.</b> Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p><b>СК3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і</p>

	<p>функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>СК8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p><b>СК11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>СК12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p><b>СК14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7 - Програмні результати навчання</b>	
<p><b>Програмні результати навчання (ПР)</b></p>	<p><b>ПР1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПР2.</b> Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПР3.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p><b>ПР4.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p><b>ПР5.</b> Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p><b>ПР6.</b> 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><b>ПР7.</b> Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p><b>ПР8.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p>



	<p><b>ПР9.</b> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p><b>ПР10.</b> 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><b>ПР11.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p><b>ПР12.</b> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p><b>ПР13.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p><b>ПР14.</b> Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p><b>ПР15.</b> 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><b>ПР16.</b> Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p><b>ПР17.</b> Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p><b>ПР18.</b> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Кадрове забезпечення навчання за даною освітньо-професійною програмою передбачає, що 100% навчальних дисциплін викладатимуть особи із науковим ступенем кандидата / доктора наук, наукові праці яких відповідають дисциплінам, що викладаються; мають необхідний стаж педагогічної роботи. До процесу викладання залучатимуться практики, які мають досвід маркетингової діяльності. Згідно Закону України «Про вищу освіту» з метою підвищення фахового рівня науково-педагогічні працівники проходять стажування не рідше, ніж один раз на п'ять років, беруть участь у професійних тренінгах.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Особливостями матеріально-технічного забезпечення освітньо-професійної програми є наявність у навчального закладу необхідних об'єктів навчального та соціально-побутового призначення у відповідності до ліцензійних вимог.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Інформаційне забезпечення освітнього процесу передбачає можливість здобувачів використовувати модуль активного навчання у об'єктно-орієнтованому середовищі (Moodle) та наявність відповідних ліцензованих, публічних комп'ютерних програм для проведення практичних та творчих занять.

	Навчально-методичне забезпечення передбачає наявність навчально-методичних комплексів з усіх дисциплін навчального плану, методичних рекомендацій для виконання курсових робіт та усіх видів практик.
<b>9 - Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Може здійснюватися на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Може здійснюватися у рамках програми ЄС Ерасмус + на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти країн-партнерів.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться.

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

### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота )	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>I.Обов'язкові компоненти</b>			
ОК 1.1	Іноземна мова	6	Залік/Іспит
ОК 1.2	Основи бізнесу	6	Залік
ОК 1.3	Маркетинг	6	Залік
ОК 1.4	Прикладна математика	6	Залік
ОК 1.5	Прикладна інформатика	6	Іспит
ОК 1.6	Тренінг-курс з ефективних комунікацій та командоутворення	3	Залік
ОК 1.7	Макроекономіка	6	Іспит
ОК 1.8	Цифрова економіка	6	Іспит
ОК 1.9	Психологія	6	Залік
ОК 1.10	Економікс	6	Іспит
ОК 1.11	Статистика	3	Іспит
ОК 1.12	Фахова іноземна мова	18	Іспит/залік
ОК 1.13	Фінанси	6	Іспит
ОК 1.14	Українська мова професійного спрямування	3	Залік
ОК 1.15	Історія української державності	3	Іспит
ОК 1.16	Менеджмент	6	Іспит
ОК 1.17	Маркетинг-2	6	Іспит, курсова робота
ОК1.18	Мікроекономіка	6	Іспит
ОК 1.19	Правове регулювання бізнесу	6	Залік
ОК 1.20	Дизайн-мислення	3	Залік
ОК 1.21	Політичне маніпулювання	3	Залік
ОК1. 22	Поведінка споживачів	6	Іспит
ОК 1.23	Економічний аналіз	3	Іспит
ОК 1.24	Маркетинг послуг	6	Іспит
ОК 1.25	Маркетингові дослідження	6	Іспит, курсова

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота )	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
			робота
ОК 1.26	Маркетингова товарна політика	6	Іспит
ОК 1.27	Логістика	6	Іспит
ОК 1.28	Цифровий маркетинг	6	Іспит
ОК 1.29	Дизайн реклами та виставкова діяльність	6	Залік
<b>Практична підготовка</b>			
ОК 1.30	Практика виробнича	3	Залік
ОК 1.31	Практика переддипломна	6	Залік
<b>Атестація</b>			
ОК.32	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи бакалавра	6	Захист
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>180</b>	
<b>II. Вибіркові компоненти</b>			
Здобувач обирає по три освітні компоненти у 5,6 та 7 семестрах; одну - у 8 семестрі з Бази вибіркових компонентів, затверджених Вченою радою Університету			
ВК 2.1	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.2	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.3	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.4	За вибором здобувача	6	Іспит
ВК 2.5	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.6	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.7	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.8	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.9	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 2.10	За вибором здобувача	6	Залік
<b>Загальний обсяг варіативних компонент</b>		<b>60</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

## 2.2. Структура освітньої- професійної програми

Нормативний термін підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг становить 1 рік 4 місяці (очна форма навчання), 3 роки 10 місяців (на денній та заочній формі навчання). Обсяг освітньо-професійної програми «Маркетинг» становить 240 кредитів ЄКТС.

Структура освітньо-професійної освітньої програми	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти	
	Годин/кредитів	%
Обов'язкові компоненти ОПП	4950/165	68,7
Вибіркові компоненти ОПП	1800/60	25,0
Практична підготовка	270/9	3,8
Атестація (підготовка та захист кваліфікаційної бакалаврської роботи)	180/6	2,5
Усього	7200/240	100,0

## 2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма побудована із врахуванням основних елементів підготовки бакалавра маркетингу, а саме – аналітично-діагностичної, консультативної та управлінської складових. Зазначені елементи присутні, як в дисциплінах загальної, так і

професійної підготовки, вибудовані за принципом логічного взаємозв'язку між дисциплінами.

Аналітично-діагностична підготовка бакалавра маркетингу передбачає послідовне вивчення підходів, методів та умов, що дозволяють дослідити та проаналізувати ступінь впливу факторів середовища на ефективність маркетингової діяльності підприємства, а також визначення чинників, що впливають на побудову довірливих партнерських відносин з контрагентами підприємства. Консультативна підготовка передбачає послідовне вивчення дисциплін, опанування яких дозволить бакалаврам маркетингу здійснювати консультативну взаємодію з керівниками, управлінцями та споживачами з широкого кола питань у сфері маркетингової діяльності, що полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку та використанні науково-технічних та організаційно-економічних рішень з урахуванням предметної області та проблем клієнта. Управлінська складова підготовки фахівця орієнтована на формування у нього системи знань для здійснення цілеспрямованого впливу на об'єкти задля досягнення кінцевої мети - підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти представлена на рис. 1.

### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти кваліфікації бакалавр маркетингу**

Атестація випускників освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи бакалавра.

Атестація здійснюється Екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Процедура публічного захисту (демонстрації) передбачає оприлюднення результатів дослідження в рамках кваліфікаційної роботи бакалавра на засіданні Екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти. Обов'язковою є наявність демонстраційного матеріалу із застосуванням мультимедійних засобів та друкованого роздаткового матеріалу.

Кваліфікаційна робота бакалавра передбачає розв'язання складного завдання у сфері маркетингу, проведення маркетингового дослідження, розробки і обґрунтування заходів покращення маркетингу підприємства.

Кваліфікаційна бакалаврська робота має на меті проведення здобувачем науково-дослідницької роботи, здійснення самостійного пошукового теоретичного і експериментального дослідження, систематизацію, закріплення та розширення засвоєних знань. Робота виконується з використанням емпіричних даних та обов'язково містить результати з елементами наукової або прикладної новизни. В кваліфікаційній роботі бакалавра обов'язковими завданнями виступають: проведення теоретичного дослідження з предметного поля обраної для дослідження проблеми, дослідження тенденцій розвитку галузевого ринку, дослідження динаміки основних техніко-економічних показників діяльності підприємства, дослідження стану проблеми, що є предметом дослідження, розробка заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності та обґрунтування їх економічної ефективності.

Кваліфікаційна робота бакалавра має бути перевірена на плагіат.

Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи бакалавра регламентується внутрішніми документами, Методичними вказівками до виконання кваліфікаційної роботи бакалавра для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг денної та заочної форм навчання та Вимог з оформлення письмових робіт у Державному університеті економіки і технологій.

Атестація завершується видачею документа державного зразка про присудження освітнього ступеня бакалавр з присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

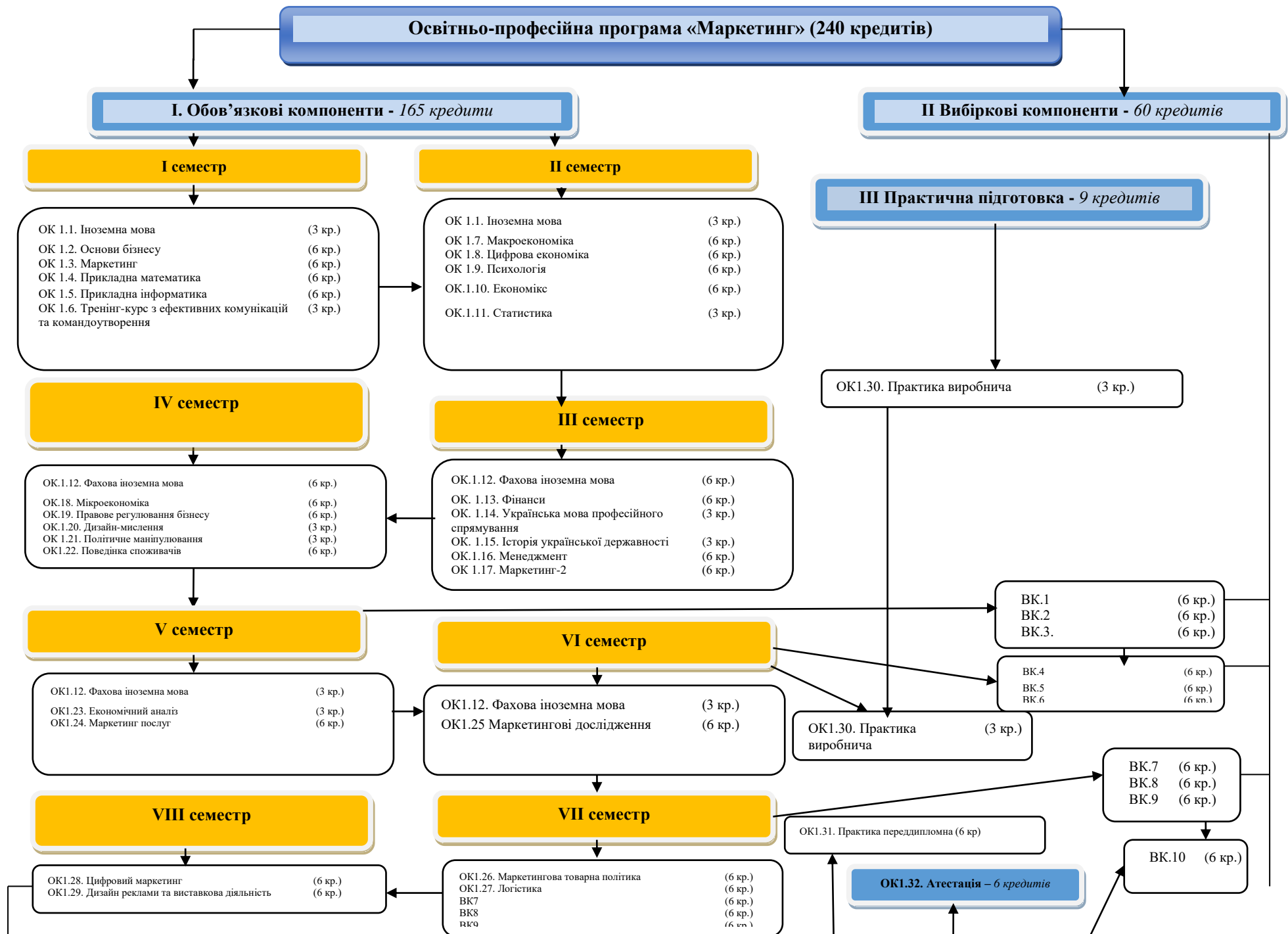


Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти



**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

№ компоненти	ПР 1	ПР 2	ПР 3	ПР 4	ПР 5	ПР 6	ПР 7	ПР 8	ПР 9	ПР 10	ПР 11	ПР 12	ПР 13	ПР 14	ПР 15	ПР 16	ПР 17	ПР 18
ОК.1										+						+	+	
ОК.2		+	+				+				+	+	+			+		
ОК.3	+	+	+					+			+	+		+		+		
ОК.4		+	+	+	+									+				
ОК.5		+		+			+									+		
ОК.6										+		+		+		+	+	
ОК.7		+	+	+								+						
ОК.8					+		+	+			+					+	+	
ОК.9					+					+					+			
ОК.10			+	+								+						
ОК.11		+	+	+	+									+				
ОК.12																	+	
ОК.13				+							+	+						
ОК.14	+									+								
ОК.15																		+
ОК.16				+					+	+		+						
ОК.17				+				+	+	+		+						
ОК.18	+	+	+			+	+	+				+	+	+				
ОК.19			+												+			+
ОК.20		+		+	+			+		+		+		+		+		
ОК.21															+			
ОК.22				+					+		+			+				
ОК.23			+	+														
ОК.24	+	+	+	+	+											+		
ОК.25	+	+	+	+	+			+								+		
ОК.26				+		+	+	+	+									
ОК.27	+	+	+	+								+		+		+		
ОК.28	+		+	+	+		+	+				+						
ОК.29	+						+	+		+		+			+	+		
ОК.30	+						+					+			+			+
ОК.31	+	+		+			+					+						+
ОК.32	+	+	+	+		+	+		+			+					+	

## 6. Пояснювальна записка

Обов'язковими складниками пояснювальної записки є матриця відповідності (табл. 1)

Таблиця 1.

### Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей / результатів навчання дескрипторам НРК (6 рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей (результатів навчання) за НРК	Знання		Уміння/навички		Комунікація		Відповідальність та автономія													
	Зн1	Зн2	Ум1	Ум2	К1	К2	К3	АВ1	АВ2	АВ3	АВ4	АВ5								
	Концептуальні наукові та практичні знання		Поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання		Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації		Збір, інтерпретація та застосування даних		Спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово		Управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами		Спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах		Формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти		Організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп		Здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	
<b>Загальні компетентності</b>																				
ЗК1	Зн1										АВ3									
ЗК2			Ум1								АВ3									
ЗК3	Зн2						К2													
ЗК4	Зн2										АВ5									
ЗК5											АВ2									
ЗК6	Зн2		Ум1																	
ЗК7	Зн1		Ум1								АВ1									
ЗК8							К2													
ЗК9							К1													
ЗК10							К3													
ЗК11							К1				АВ1									
ЗК12							К1													
ЗК13							К3													
ЗК14											АВ3									
ЗК15											АВ2									
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>																				
СК1			Ум1																	
СК2	Зн2																			
СК3							К2													
СК4	Зн2		Ум1																	
СК5			Ум1																	
СК6							К2													



СК7		Ум1		
СК8		Ум1		
СК9		Ум1		
СК10		Ум1		
СК11	Зн2	Ум1		
СК12		Ум1		
СК13		Ум1		
СК14		Ум1		

Керівник проектної групи  
(гарант освітньої програми)

\_\_\_\_\_

Марина ЗАВ'ЯЛОВА, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління бізнесом

Члени проектної групи

\_\_\_\_\_

Ганна АНДРУЩЕНКО, доктор соціологічних наук, професор кафедри управління бізнесом

\_\_\_\_\_

Тетяна ПЕТРШИНА, кандидат економічних наук, в.о.завідувача кафедри управління бізнесом