

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Перший (бакалаврський)
(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Бакалавр
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг
(код та найменування спеціальності)

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА «Маркетинг»
(найменування освітньої програми)

Схвалено

Вченою радою

**Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі»**

22 березня 2019 року, протокол № 4

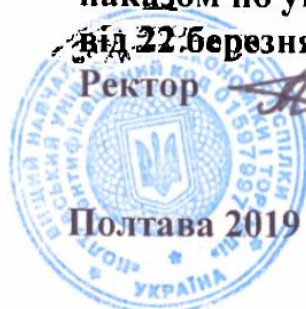
Затверджено

наказом по університету

від 22 березня 2019 року № 60-Н

Ректор

О.О. Нестуля



І Преамбула

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

СТАНДАРТ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бакалавр

(назва ступеня вищої освіти)

галузь знань	07 Управління та адміністрування (шифр та назва галузі знань)
спеціальність	075 Маркетинг (код та найменування спеціальності)
освітня програма	«Маркетинг» (найменування освітньої програми)

1. ЗАТВЕРДЖЕНО ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Вченою радою Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» 22 березня 2019 року, протокол № 4 Наказом Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» від 22 березня 2019 року № 60-Н на підставі Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343

2. ВВЕДЕНО ВПЕРШЕ 2016 р.

переглянуто 2018 р.


переглянуто 2019 р.

3. РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО

проектною групою в складі науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Члени проектної групи:

Іваннікова М.М., доцент кафедри маркетингу, к.е.н. керівник проектної групи (гарант освітньої програми), 

Карпенко Н. В., завідувач кафедри маркетингу, д.е.н., професор, 

Яловега Н.І., доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент

Цей стандарт не може бути повністю чи частково відтворений, тиражований та розповсюджений без дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

2  

II Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>• <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Працевлаштування випускників (для регульованих	Випускник здатний виконувати таку професійну роботу за такими угрупованнями (відповідно до ДК 003: 2010): помічник з маркетингу; помічник начальника відділу

професій – обов'язково)	маркетингу; фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, організатор громадських заходів, фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації), агент рекламний, представник з реклами (Додаток А)
----------------------------	---

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Обсяг освітньої програми бакалавра	<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») для спеціальностей галузі знань 07 Управління та адміністрування, а також спеціальності 051 Економіка – 120 кредитів ЄКТС; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») для інших спеціальностей – 180 кредитів ЄКТС <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.</p>
---	--

IV Перелік компетентностей випускника

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	<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</p>

	<p>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 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, предметні) компетентності</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 інноваційної 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 кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--	---

V Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

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.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

VI Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі: комплексного екзамену зі спеціальності
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	не передбачено навчальним планом
Вимоги до атестаційного/єдиного державного кваліфікаційного екзамену (екзаменів) (за наявності)	<p>1. Комплексний екзамен зі спеціальності передбачає виконання комплексу атестаційних завдань і є адекватною формою кваліфікаційних випробувань щодо об'єктивного визначення рівня якості освітньої та професійної підготовки випускників вищих навчальних закладів.</p> <p>2. Засобами оцінювання рівня професійних знань, умінь і навичок бакалавра, ступеня сформованості їх професійних компетенцій є: теоретичні (питання, тести відкритого та/або закритого типу) та практичні ситуаційні комплексні завдання.</p> <p>3. Форма комплексного екзамену зі спеціальності: письмова, усна (з використанням засобів аудіо- або відеофіксації), інтерактивна (з використанням інформаційних технологій) чи їх поєднання.</p> <p>4. Інформаційною базою формування засобів об'єктивного контролю ступеня досягнення кінцевих цілей освітньо-професійної підготовки є змістові модулі програм навчальних дисциплін, що формують систему компетенцій бакалавра з маркетингу і виносяться на підсумкову атестацію.</p>

5. Засоби об'єктивного контролю формуються шляхом структурної композиції змістовних модулів навчальних дисциплін, що наведені у СВО «Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра зі спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг».

6. Програма комплексного екзамену зі спеціальності для проведення підсумкової атестації бакалавра зі спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг» схвалена Вченою радою Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

На комплексний екзамен зі спеціальності виносяться обов'язкові дисципліни професійної підготовки:

- «Маркетингові дослідження»,
- «Маркетинговий аналіз»,
- «Маркетингові комунікації»,
- «Маркетингове ціноутворення»,
- «Маркетингова товарна політика».

7. Комплексний екзамен зі спеціальності у письмовій формі передбачає співбесіду з членами екзаменаційної комісії з метою уточнення рівня знань і ступеня сформованості професійних компетенцій випускника. Додаткові питання формуються на основі Програми комплексного екзамену зі спеціальності.

8. Під час комплексного екзамену зі спеціальності студент має продемонструвати знання та виявити вміння, що складають комплекс професійних компетенцій бакалавра з маркетингу, визначених стандартами вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг».

9. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» забезпечує дотримання правил і процедури проведення комплексного екзамену за фахом шляхом:

- уніфікації умов проведення, засобів оцінювання, методик оброблення результатів опитування та форм їхнього подання;
- інформаційно-консультаційної та психологічної підготовки студента до екзамену;
- використання критеріїв об'єктивного оцінювання.

10. Комплекс засобів оцінювання, що сформований Вищим навчальним закладом Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», за

	<p>кількісними і якісними параметрами відповідає вимогам, є презентативним, охоплює масив змістових модулів програми комплексного екзамену зі спеціальності для студентів спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг».</p> <p>11. Програма комплексного екзамену зі спеціальності, відтворює основні функціональні складові компетентнісної моделі бакалавра з маркетингу, відповідати принципам валідності, наукової наповненості, інформативності, інноваційності, бути спрямованими на вирішення прикладних і теоретико-методологічних завдань із обґрунтування управлінських рішень відповідно до узагальненого об'єкта діяльності.</p> <p>12. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» забезпечує членів екзаменаційної комісії еталонними рішеннями контрольних кваліфікаційних завдань фонду засобів оцінювання.</p>
<p>Вимоги до публічного захисту (демонстрації) (за наявності)</p>	<p>не передбачено навчальним планом</p>

VII Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» несе первинну відповідальність за якість послуг щодо надання вищої освіти.

У Вищому навчальному закладі Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою

програмою;

б) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;

9) інших процедур і заходів

У 2009, 2012, 2015 роках Університет отримував Міжнародний Сертифікат 440030QM08 Міжнародної мережі сертифікації (IQNet) і Німецького органу сертифікації системи управління якістю (DQS GmbH) про відповідність діяльності міжнародному стандарту ISO 9001:2008.

У травні 2018 року Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» успішно пройшов проведено ресертифікаційний аудит (перехідний зовнішній аудит) системи управління якістю діяльності університету, що передбачав перехід системи управління якістю діяльності університету на нову версію міжнародного стандарту ISO 9001:2015 та на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015. З цією метою в університеті було проведено організаційну підготовку до переходу на нові вимоги міжнародного стандарту, а також впровадження нової лідерської парадигми та ризик-орієнтованого мислення.

У відповідності до рішення аудиторської групи Органу сертифікації «Прирост» Української асоціації якості Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» отримав сертифікати IQNet, DQS і УАЯ, які засвідчують, що університет впровадив та використовує систему управління якістю відповідно вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Термін дії сертифікатів до липня 2021 року.

Щорічно між зовнішніми аудитами експертами Української асоціації якості проводяться наглядові аудити системи управління якістю діяльності університету. Метою наглядових аудитів є отримання доказів щодо підтвердження вдосконалення якості управління процесами діяльності в університеті.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджується Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартом і рекомендаціями щодо забезпечення якості вищої освіти.

VIII Вимоги професійних стандартів (у разі їх наявності)

Не передбачено

ІХ Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти

1. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2016 р. № 600.
2. Міжнародна Стандартна Класифікація Освіти галузі освіти і навчання ISCED-F (МСКО-Г) 2013: ISCED Fields of Education and Training.
3. Настройка образовательных структур в Европе. Вклад университетов в Болонский процесс [электронный ресурс]. – режим доступа: https://www.hse.ru/data/2010/12/17/1208295030/Introduction_Tuning%20Educational%20Structures.pdf
4. Національна рамка кваліфікацій, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341[електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>
5. Національний класифікатор України ДК 009 : 2010 «Класифікація видів економічної діяльності»: Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 р. № 457 (із змінами і доповненнями).
6. Національний класифікатор України ДК 003 : 2010 «Класифікатор професій»: Наказ Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. № 327 (із змінами відповідно до наказу Мінекономрозвитку України № 923 від 16.08.2012 р.).
7. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В.Г.Кременя.– К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014.– 100 с.
8. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>
9. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII (із змінами та доповненнями).
10. Про освіту: Закон України від 23.05.1991 р. № 1060-XII.
11. Про внесення змін до Закону України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності»: Закон України від 31.05.2007 р. № 1107-V.
12. Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (із змінами та доповненнями).
13. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341.
14. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266.
15. Про затвердження Положень про освітньо-кваліфікаційні рівні

(ступеневу освіту): Постанова Кабінету Міністрів України від 20.01.1998 р. № 65.

16. Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.12.2006 р. № 1719.

17. Про перелік спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра: Постанова Кабінету Міністрів України від 27.08.2010 р. № 787.

18. Розроблення освітніх програм: Методичні рекомендації / В.М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / за ред. В. Г. Кременя. – К.: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.

19. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf

20. Сучасні підходи до побудови освітніх програм: методичні матеріали Ю.В. Холін, С.О. Кравцов, Т.О. Маркова. – Харків: ХНУ, 2014. – 35 с.

21. Щодо використання у практичній роботі Вищих навчальних закладів англomовного варіанту Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Лист Міністерства освіти та науки від 05.02.2016 р. № 1/9-64.

22. Щодо розробки стандартів вищої освіти: Лист Міністерства освіти і науки України від 14.01.2016 р. № 1/9-14.

23. ESG 2015: Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG). – К.: ТОВ «ЦС», 2015. – 32 с.

24. International Accounting Education Standards Board (IAESB) [Міжнародні стандарти професійної освіти бухгалтерів] [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ifac.org/system/files/publications/exposure-drafts/iaesb-consultation-paper-principles-on-learning-outcomes.pdf>

25. ISCED (МСКО) 2011: International Standard Classification of Education.

Пояснювальна записка

Опис програми навчання

Термін навчання за освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра складає 3 роки 10 місяців.

Освітньо-професійна програма орієнтована на підготовку висококваліфікованих кадрів вищої кваліфікації за спеціальністю 075 Маркетинг» освітня програма «Маркетинг», котрі здатні вирішувати конкретні завдання маркетингової роботи на макро- та мікрорівнях.

Освітньо-професійна програма передбачає розвиток загальних та спеціальних (фахових, предметних) компетентностей у їх взаємодії та взаємозв'язку.

Освітньо-професійна програма передбачає виділення дисциплін двох циклів: загальної та професійної підготовки, серед яких: обов'язкові та вибіркові навчальні дисципліни; практична підготовка та підсумкова атестація (комплексний екзамен економічної теорії та дисциплін фахової підготовки).

Загальний обсяг освітньо-професійної програми – 240 кредитів ЄКТС.

Додаток А

**Професійні назви робіт, які здатний виконувати фахівець
ступеня бакалавр за спеціальністю 075 Маркетинг освітня програма
«Маркетинг»**

Бакалавр з фаху «Маркетинг» може обіймати первинні посади відповідно до професійних назв робіт, а також посади заступників у тих видах діяльності, які у таблиці позначено зірочкою (*).

Бакалавр з маркетингу на первинних посадах самостійно виконує діагностичні та евристичні завдання, здійснює економічні розрахунки, збирає, систематизує, нагромаджує первинну інформацію як для виконання закріплених за ним посадових обов'язків, так і для потреб структурного підрозділу, де він працює. Відповідно до штатного розкладу підприємств організацій, бакалавр з маркетингу можуть займати наступні посади:

№ з/п	Назва та шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
1	3436.1 Помічники керівників підприємств(установи, організацій)	Помічник з маркетингу
2	3436.2 Помічник іншого основного підрозділу	Помічник начальника відділу маркетингу
3	3439 Фахівець	Фахівець із зв'язків з громадкістю та пресою Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку Організатор громадських заходів
4	3472	Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації)
5	3429	Агент рекламний Представник з реклами

Таблиця 1

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

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			

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
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1		АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	

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
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	

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та Відповідальність
СК12	<p>Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень</p> <p>Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності</p>	<p>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</p>	<p>К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності</p> <p>К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію</p>	<p>АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах</p> <p>АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб</p> <p>АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності</p>
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

Таблиця 2

**Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей
(6-й рівень, бакалаврський)**

Програмні результати навчання (15-25)	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
		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
P1						+									+	+												+	
P2			+			+	+	+	+								+									+			+
P3								+					+					+						+	+				
P4								+	+								+				+	+							+
P5			+			+															+	+						+	+
P6			+			+	+	+										+	+	+	+								+
P7									+																+	+		+	
P8			+	+		+	+								+					+				+	+			+	
P9						+	+															+					+	+	+
P10								+	+	+							+											+	+
P11			+			+	+													+	+		+				+	+	+

Програмні результати навчання (15-25)	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності													Спеціальні (фахові) компетентності														
		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
P12				+			+						+				+		+										
P13					+									+									+						+
P14				+	+		+						+					+											+
P15		+	+										+	+														+	
P16				+		+								+				+	+										+
P17										+					+												+		
P18		+	+											+															

Таблиця 3.

Розподіл змісту освітньо-професійної програми та максимальний навчальний час за циклами підготовки

Цикл підготовки	Максимальний навчальний час за циклами (акад. год./кредитів)
1. Обов'язкові навчальні дисципліни	4050/135
1.1. Цикл соціально-гуманітарної підготовки	390/13
1.2. Цикл природничо-наукової та загально-економічної підготовки	420/14
1.3. Цикл професійної та практичної підготовки	3240/108
2. Вибіркові навчальні дисципліни	1800/60
3. Практична підготовка	1320/44
4. Підсумкова атестація	30/1
Разом	7200/240

Таблиця 4

Перелік навчальних дисциплін освітньо-професійної програми за циклами

	Цикл підготовки	Максимальний навчальний час за циклами (акад. год./кредитів)
1. Обов'язкові навчальні дисципліни		4050/135
1.1. Цикл соціально-гуманітарної підготовки		390/13
1.	Іноземна мова	150/5
2.	Історія та культура України	90/3
3.	Практична психологія	90/3
4.	Фізичне виховання	60/2
1.2. Цикл природничо-наукової та загально-економічної підготовки		420/14
5.	Вища та прикладна математика	90/3
6.	Економічна теорія, мікро- та макроекономіка	90/3
7.	Інфраструктура товарного ринку	120/4
8.	Сучасні інформаційні та комунікаційні технології	120/4
1.3. Цикл професійної та практичної підготовки		3240/108
9.	Digital-маркетинг	150/5
10.	Бренд-менеджмент	90/3
11.	Ділова українська мова	90/3
12.	Копірайтинг	150/5
13.	Маркетинг інновацій	120/4
14.	Маркетинг партнерських відносин	150/5
15.	Маркетинг послуг	180/6
16.	Маркетингова товарна політика	150/5
17.	Маркетингове стратегічне планування	150/5
18.	Маркетингове ціноутворення	120/4
19.	Маркетинговий аналіз	210/7
20.	Маркетингові дослідження	210/7
21.	Маркетингові комунікації	90/3
22.	Міжнародний маркетинг	90/3
23.	Основи маркетингу	180/6
24.	Поведінка споживачів	150/5
25.	Статистика ринку	90/3
26.	Тренінг: Вступ до фаху	120/4
27.	Тренінг: Практика застосування маркетингових технологій	150/5
28.	Управління продажами	150/5

29.	Управління рекламною діяльністю	150/5
2. Вибіркові навчальні дисципліни		1800/60
30.	Дисципліни загальноуніверситетського вибору	900/30
31.	Дисципліни професійного вибору	900/30
3. Практична підготовка		1320/44
3.3. Цикл професійної та практичної підготовки		1470/49
32.	Виробнича практика	1290/43
33.	Університетська освіта	30/1
4. Підсумкова атестація		30/1
4.1. Цикл професійної та практичної підготовки		30/1
34.	Атестаційний екзамен	30/1
	Разом	7200/240