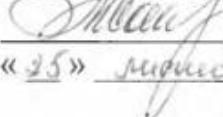


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»
КРИВОРІЗЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

«ПОГОДЖЕНО»

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)
зі спеціальності 075 Маркетинг


М. П. Сагайдак
«25» листопада 2016 р.

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор Криворізького
економічного інституту ДВНЗ
«КНЕУ ім. В. Гетьмана»


А. В. Шайкан
«25» листопада 2016 р.

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

підготовки здобувачів вищої освіти
на першому (бакалаврському) рівні

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ОСВІТНІЙ СТУПІНЬ
ПРОФЕСІЙНА КВАЛІФІКАЦІЯ

07 Управління та адміністрування
075 Маркетинг
перший
бакалавр
1234 Начальник відділу (з реклами,
зв'язків з громадськістю) або
1235 Начальник відділу матеріально-
технічного постачання або
1475 Менеджер (управитель)
з маркетингу

«СХВАЛЕНО»

Вченою радою Криворізького економічного
інституту ДВНЗ «Київський національний
економічний університет ім. Вадима Гетьмана»
Протокол №1 від 24 листопада 2016 р.

ЗМІСТ

I. Преамбула

II. Загальна характеристика освітньої програми

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

IV. Перелік компетентностей випускника

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

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

VIII. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти

Додатки

I. ПРЕАМБУЛА

Освітня програма підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг освітнього ступеня Бакалавр введено в дію Наказом директора Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана» №37 від 07 грудня 2016 р.

Ухвалено Вченою радою Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», Протокол №1 від 24 листопада 2016 р.

РОЗРОБНИКИ:

1. Корінев Валентин Леонідович, доктор економічних наук, завідувач кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

2. Сагайдак Михайло Петрович, доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

3. Зав'ялова Марина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

4. Зюкова Ірина Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень, НРК – 6 рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня кваліфікація	бакалавр з маркетингу
Професійна(і) кваліфікація(ї) (тільки для регульованих професій)	1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) або 1235 Начальник відділу матеріально-технічного постачання або 1475 «Менеджер (управитель) з маркетингу»
Тип диплома та обсяг програми	Одиничний. Освітній ступінь «бакалавр» 240 кредитів / 4 роки
Кваліфікація в дипломі	Освітня кваліфікація: бакалавр з маркетингу Професійна кваліфікація: 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) або 1235 Начальник відділу матеріально-технічного постачання або 1475 «Менеджер (управитель) з маркетингу»
Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання	Повна загальна середня освіта (сертифікат зовнішнього незалежного оцінювання). За конкурсом. Освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст» (диплом). За конкурсом.
А	Мета програми полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців у галузі знань 07 Управління та адміністрування, що передбачає оволодіння студентами основних знань, вмінь і навичок управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання.
В	Характеристика програми
Предметна область (галузь знань)	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Основний фокус програми	Цілі навчання: оволодіння базовими знаннями із застосування комплексу маркетинг-мікс в практичній діяльності, формування загальних і спеціальних (фахових, предметних) професійних компетенцій, що дозволять успішно виконувати функціональні обов'язки в сфері маркетингової діяльності підприємства.

	<p>Теоретичний зміст предметної області: поняття, категорії, принципи та концепції теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Основні технології дослідження вітчизняного і міжнародного ринку й конкурентного середовища, форм здійснення ринкової діяльності, маркетингові дослідження споживачів, розробка і обґрунтування продуктової та цінової політики, управління збутом, розробка маркетингової комунікаційної політики, організації та планування маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові, спеціальні та креативні методи пізнання; методи спостереження, опису, ідентифікації, класифікації, аналізу, економіко-математичного моделювання; методи стратегічного планування, прогнозування й контролю функціонування підприємств; методики вищої школи та наукових і фінансово-економічних досліджень; методики експертного оцінювання і прийняття раціональних рішень.</p> <p>Інструменти або обладнання: технології маркетингових досліджень; маркетингова інформаційна система; мережа Інтернет; маркетингові програмні продукти, інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи.</p>
Орієнтація програми	Освітня
Особливості програми	Програма практично-орієнтована та реалізується у тісному співробітництві з авторитетними українськими та зарубіжними науковими інституціями, консалтинговими й аналітичними компаніями, банківськими установами, провідними бізнесовими структурами, які здійснюють маркетингову, рекламно-інформаційну і логістичну діяльність.
С	Працевлаштування та продовження освіти
Професійні права	Робота в галузі економічної та маркетингової діяльності промислових підприємств та підприємств сфери послуг на низовому та середньому рівнях. Робочі місця на підприємствах різних форм власності з виконанням функціональних обов'язків з дослідження поведінки споживачів на споживчих та промисловому ринках, оцінювання конкурентоспроможності товарів/послуг підприємства, розробка рекламно-комунікаційних програм.
Академічні права випускників	Подальше продовження освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, 7 рівень НРК.
Працевлаштування випускників (для регульованих професій - обов'язково)	Первинні посади, пов'язані з плановою (у т.ч. прогнозною), аналітичною та проектною маркетинговою діяльністю на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах тощо; для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.

D	Стиль та методика викладання
Підходи до викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді лекцій, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, майстер-класів представників вітчизняних та міжнародних компаній, навчальних візитів на підприємства, самостійного вивчення дисциплін.

III. ОБСЯГ КРЕДИТІВ ЄКТС, НЕОБХІДНИЙ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВІДПОВІДНОГО СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»:

- теоретичне навчання (224 кредитів ЄКТС) по дисциплінам у вигляді аудиторних занять (лекції, семінарські, лабораторні та практичні заняття) і самостійної роботи;
- виконання курсової роботи з дисципліни «Основи економічної науки» (1 кредит ЄКТС);
- виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетинг» (1 кредит ЄКТС);
- виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» (1 кредит ЄКТС);
- тренінг (3 кредити ЄКТС);
- проходження виробничої практики (4 тижні, 6 кредитів ЄКТС);
- підготовка та захист бакалаврської дипломної роботи (4 кредити ЄКТС).

Кредити студенту зараховуються у випадку успішного складання письмових (усних) заліків або екзаменів з навчальних дисциплін, захисту курсових робіт, захисту звіту з практики.

Підсумкова державна атестація включає підготовку і захист бакалаврської дипломної роботи.

Набір на спеціальність 075 Маркетинг освітнього ступеня «бакалавр» здійснюється на базі повної загальної середньої освіти (сертифікат зовнішнього незалежного оцінювання) за конкурсом та освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» (диплом) за конкурсом.

IV. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі та практичні проблеми в сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичного базису та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Знання і розуміння	<p>Знання методів і засобів формування маркетингових політик управління товаром, ціною, розподілом, комунікаціями.</p> <p>Розуміння організації моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингової діяльності підприємства та своєчасного реагування на зміни його стану.</p> <p>Знання сучасних методів і технік здійснення маркетингових досліджень.</p> <p>Уміння розраховувати прогнозовані та поточні обсяги виробництва і реалізації продукції, розраховувати та визначати планові й ринкові ціни.</p>
Застосування знань і розуміння	<p>Використання сучасних моделей, методів та засобів збору й інтерпретації маркетингової інформації, уміння виявляти резерви та реалізовувати заходи з підвищення ефективності використання ресурсів.</p> <p>Здатність самостійно складати перспективні та поточні плани діяльності підприємства, розробляти рекомендації з удосконалення асортименту та якості продукції.</p> <p>Уміння складати звітність з виконання планів матеріально-технічного забезпечення та збуту готової продукції підприємства.</p> <p>Здатність оцінювати ефективність маркетингової діяльності, функціонування каналів розподілу, каналів постачання, рекламних кампаній.</p> <p>Уміння здійснювати діагностику стану ринку та середовища маркетингової діяльності, контролювати виконання договірних зобов'язань та працювати з рекламаціями клієнтів.</p>
Формування суджень	<p>Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах здійснення маркетингової діяльності підприємств.</p> <p>Здатність використовувати методологічні прийоми в маркетингових дослідженнях, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, використовувати сучасні методи системного аналізу.</p> <p>Здатність здійснювати ефективне ділове спілкування, налагоджувати комунікації з партнерами та споживачами, використовувати навички письмової та усної презентації наукового та практичного матеріалу, урахувати основні економічні закони, правові засади та результати маркетингових досліджень у професійній діяльності.</p> <p>Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти.</p>

<p>Загальні компетентності</p>	<p>Соціально-особистісні КСО 1. Здатність працювати в команді. КСО 2. Здатність до системного мислення, аналізу та синтезу</p> <p>Системні КС 1. Здатність гнучко адаптуватися до різних професійних ситуацій, проявляти творчий підхід, ініціативу. КС 2. Здатність розуміти, використовувати та генерувати нові ідеї, управляти часом.</p> <p>Інструментальні КІ 1. Здатність спілкуватися державною мовою, а також іноземною, за професійним спрямуванням, як усно, так і письмово. КІ 2. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p>Загально-професійні КЗП 1. Здатність генерувати і застосувати нові ідеї для розв'язання конкретних маркетингових задач. КЗП 2. Здатність до аналізу та прогнозування розвитку соціально-економічних процесів і систем.</p> <p>Спеціалізовано-професійні КСП 1. Здатність до виконання маркетингових функцій у відділі маркетингу з використанням маркетингових технологій та інструментів. КСП 2. Здатність до підготовки та проведення кількісних та якісних маркетингових досліджень, підготовки звітів щодо стану та динаміки розвитку ринку товарів та послуг. КСП 3. Здатність до використання технологій сегментування ринку, позиціонування продуктів та підприємств. КСП 4. Здатність розуміти моделі поведінки споживачів та принципи розробки товарної, цінової, комунікаційної діяльності, розподілу і збуту готової продукції та послуг. КСП 5. Здатність до застосування сучасних методів та інструментів маркетингових комунікацій та PR. Уміння інтерпретувати різноманітні засоби просування в комплексі маркетингових комунікацій. КСП 6. Уміння розробляти дизайн реклами та організувати виставкову діяльність, визначати марочні стратегії підприємства. КСП 7. Здатність до організації логістичної діяльності підприємства, будувати сучасні логістичні системи на підприємстві. КСП 8. Здатність до розрахунку та прогнозування цінової політики підприємства: цін, знижок, обґрунтування цінових стратегій. КСП 9. Здатність до організації системи збуту та товароруху, планування оптової та роздрібно торгівлі. КСП 10. Здатність до здійснення маркетингового аудиту. Здатність до оцінювання результативності та ефективності маркетингової діяльності підприємства.</p>

V. НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Соціально-особистісні

PH.CO1. Володіння навичками адекватної взаємодії й міжособистісної комунікації, критичного мислення, вміння застосовувати основи методології економічної та маркетингової освіти.

PH.CO2. Володіння навичками особистого акмеологічного розвитку.

PH.CO3. Уміння критично оцінювати свої недоліки та переваги, намічати шляхи та обирати засоби розвитку переваг та усунення недоліків.

Системні

PH.C1. Уміння критично оцінювати та виявляти недоліки у категоріальній системі маркетингу.

PH.C2. Уміння застосовувати здатність системного мислення, креативність щодо генерування нових ідей, вміння її відстоювати та цілеспрямовано реалізовувати.

Інструментальні

PH.I1. Уміння застосовувати основи методології проведення наукових досліджень.

PH.I2. Володіння навичками дослідження та виявлення тенденцій розвитку маркетингових систем на всіх рівнях.

PH.I3. Володіння іноземною мовою за професійним спрямуванням.

Загально-професійні

PH.ЗП1. Уміння виявляти проблеми щодо розвитку підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності за використання маркетингового інструментарію.

PH.ЗП2. Уміння критично оцінювати запропоновані варіанти управлінських рішень щодо комплексу маркетингу підприємства.

PH.ЗП3. Уміння оцінювати та обґрунтовувати застосування інноваційних технологій у сфері управління маркетингом підприємства.

Спеціалізовано-професійні

PH.СП1. Уміння застосовувати на практиці інструменти маркетингового дослідження ринку.

PH.СП2. Уміння аналізувати маркетингове середовище, сегментувати ринок та обирати цільовий ринок, обирати стратегії маркетингу залежно від рівня сегментування ринку.

PH.СП3. Вміння здійснити оцінку конкурентоспроможності товару та запропонувати заходи щодо її підвищення, формувати та управляти товарним портфелем підприємства.

PH.СП4. Уміння розробляти цінову стратегію; управляти комунікаційною політикою підприємства.

PH.СП5. Знання особливостей промислового, міжнародного ринків, ринків послуг.

PH.СП6. Уміння застосовувати знання щодо поведінки споживачів, впроваджувати маркетингові заходи стимулювання покупки.

PH.СП7. Уміти використовувати інструменти інтернет-маркетингу та комунікаційно-інформаційних технологій.

PH.СП8. уміння сформуванати план маркетингу підприємства та оцінити ефективність маркетингової діяльності на підприємстві.

VI. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Атестація бакалаврів з маркетингу здійснюється у формі публічного захисту бакалаврської дипломної роботи.
Вимоги до бакалаврської дипломної роботи	<p>Бакалаврська дипломна робота є закінченим науковим дослідженням, вона повинна мати внутрішню єдність та свідчити про підготовленість автора до виконання професійних обов'язків з використанням набутих інтегрованих знань, умінь і практичних навичок. Екзаменаційній комісії обов'язково подаються матеріали, що характеризують наукову (творчу) і практичну цінність виконаної роботи - довідка про апробацію результатів дослідження та/або тези доповідей на науково-практичних конференціях тощо.</p> <p>За всі відомості, викладені в бакалаврській дипломній роботі, порядок використання фактичного матеріалу та іншої інформації під час її написання, обґрунтованість висновків та положень, що в ній захищаються, несе відповідальність безпосередньо студент - автор дипломної роботи. Згідно Закону України «Про вищу освіту» вищий навчальний заклад зобов'язаний вживати заходів, у тому числі шляхом запровадження відповідних новітніх технологій, щодо запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових роботах здобувачів вищої освіти.</p> <p>Для реалізації вказаних положень студент-автор бакалаврської дипломної роботи додає до друкованого варіанту дипломної роботи CD з електронним варіантом у форматі PDF.</p>
Вимоги до публічного захисту	<p>До захисту бакалаврської дипломної роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження виробничої практики та у встановлений термін пройшли нормоконтроль.</p> <p>Студент захищає бакалаврську дипломну роботу публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом директора інституту. Процедура захисту включає:</p> <ul style="list-style-type: none">- виступ;- запитання до автора роботи;- відповіді на запитання;- оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск дипломної роботи до захисту;- обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту бакалаврських дипломних робіт;- затвердження результатів оцінювання бакалаврської дипломної роботи рішенням Екзаменаційної комісії та присвоєння відповідної кваліфікації здобувачу. <p>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно підготувати наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентацію із використанням мультимедійної техніки.</p>

VII. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У Криворізькому економічному інституті ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» використовується Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» затверджене Вченою радою ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Протокол №12 від 23 червня 2016 р.), що введене в дію Наказом №516 від 01.07.2016 р.

Систему внутрішнього забезпечення якості Криворізького економічного інституту Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» розроблено згідно з принципами:

- відповідності європейським та національним стандартам якості вищої освіти;
- автономії вищого навчального закладу, який несе відповідальність за забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти;
- процесного підходу;
- здійснення моніторингу якості;
- системного підходу, який передбачає управління якістю на всіх стадіях освітнього процесу;
- постійного підвищення якості;
- залучення студентів, роботодавців та інших зацікавлених сторін до процесу забезпечення якості;
- відкритості інформації на усіх етапах забезпечення якості.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) планування освітньої діяльності: розробка, затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм;
- 2) забезпечення якості кадрового складу;
- 3) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти;
- 4) розвиток інформаційних систем для ефективного управління освітньою діяльністю;
- 5) забезпечення публічності інформації про діяльність Інституту;
- 6) запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових та навчально-методичних роботах викладачів, статтях у наукових періодичних виданнях університету, дисертаціях здобувачів наукового ступеня та кваліфікаційних роботах студентів.

Оцінювання знань студентів з навчальних дисципліни здійснюється на основі результатів поточної успішності, екзаменів та заліків. Оцінювання знань студентів з нормативних дисциплін здійснюється, як правило, на основі результатів поточної успішності та екзаменів. Оцінювання знань студентів з

вибіркових дисциплін здійснюється, як правило, у формі заліку (або диференційованого заліку) на основі результатів поточного контролю.

Об'єктом оцінювання знань студентів є програмний матеріал дисципліни, засвоєння якого відповідно перевіряється під час поточного контролю і на екзамені. Об'єктом поточного оцінювання є знання окремих складових робочої програми навчальної дисципліни: матеріалу, викладеного на лекціях; питань, розглянутих та обговорених на семінарських і практичних заняттях; матеріалу опрацьованого самостійно.

Поточне оцінювання здійснюється у формі підсумовування позитивних оцінок, отриманих студентом за виконання контрольних робіт, за роботу на семінарських та практичних заняттях, підготовку рефератів та інших завдань, передбачених робочою програмою дисципліни.

Об'єктом підсумкового оцінювання є знання програмного матеріалу дисципліни в повному обсязі. На екзамені оцінюванню підлягають: володіння ключовими теоретичними знаннями про об'єкт дисципліни; здатність творчо мислити та синтезувати знання; уміння використовувати знання для розв'язання практичних завдань; точність виконання розрахунків тощо.

Підсумкова оцінка з нормативної дисципліни складається, як правило, з оцінки за поточну успішність та оцінки за екзамен. Максимально можлива оцінка за знання програмного матеріалу нормативної дисципліни дорівнює 100 балам. За поточну успішність студент може отримати максимум 50 балів і за екзамен також 50 балів. Знання програмного матеріалу вибіркових дисциплін, також оцінюються максимально в 100 балів.

Якщо наука (дисципліна) вивчається протягом 2-х і більше семестрів з підсумковим контролем у формі екзамену, то в підсумковій оцінці враховуються середній бал за результатами поточної успішності в усіх семестрах, в яких вивчалася наука (дисципліна), і результати екзамену.

Семестрова поточна успішність – поточний контроль (ПК) оцінюється в діапазоні від 0 до 50 балів і фіксується в електронному журналі обліку поточної успішності академічних груп та записується в екзаменаційній відомості, яка зберігається в деканаті до кінця вивчення науки (дисципліни).

Для вирахування середнього показника поточної успішності студентів перед екзаменом загальна кількість балів, яку набрав студент упродовж всього періоду навчання, ділиться на загальну кількість семестрів, відведених на вивчення науки (дисципліни).

Екзамен з науки (дисципліни), яка вивчається протягом 2-х і більше семестрів, проводиться в останньому семестрі її вивчення. На екзамен виносяться ключові питання з усього курсу відповідної науки (дисципліни).

Якщо дисципліна вивчається протягом 2-х і більше семестрів з підсумковим контролем у формі заліку, то для визначення підсумкової оцінки розраховується середній бал за результатами поточної успішності в усіх семестрах, в яких вивчалася дисципліна.

Екзаменаційний білет містить 5 завдань, кожне з яких оцінюється за шкалою від 0 до 10 балів залежно від рівня знань.

Шкала оцінювання екзаменаційних завдань

Оцінка за 100-бальною шкалою	Рівень знань
10	відмінний
8	добрий
6	задовільний
0	незадовільний

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від 0 до 50 балів включно. У разі якщо відповіді студента оцінено менше ніж у 30 балів (до 60%), він отримує незадовільну оцінку за результатами екзамену, а набрані за екзамен бали не враховуються в загальній підсумковій оцінці. Якщо на екзамені студент набрав менше 30 балів, тобто отримав незадовільну оцінку, загальна підсумкова оцінка включає лише оцінку за поточну успішність.

Поточна успішність з вибірових навчальних дисциплін оцінюється, як правило, у формі заліку (диференційованого заліку) за шкалою від 0 до 100 балів включно. Залік на денній та заочній формах навчання бакалаврського рівня підготовки оформлюється під час останнього семінарського (практичного, лабораторного) заняття у відповідному семестрі, магістерського рівня – в термін, визначений кафедрою, що викладає дисципліну, на заочній формі навчання бакалаврського і магістерського рівнів – за розкладом сесії. Підсумкова оцінка записується у залікову відомість. Якщо за результатами поточного контролю студент набрав менше 60 балів, він отримує оцінку «не зараховано» (або «незадовільно» за диференційованого заліку) з даної дисципліни.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в 4-х бальну та шкалу за системою ECTS здійснюється в такому порядку:

Оцінка за шкалою, що використовується в КНЕУ	Оцінка за національною шкалою	Оцінка у формі заліку (для вибірових дисциплін)	Оцінка за шкалою ECTS
90-100	відмінно	зараховано	A
80-89	добре	зараховано	B
70-79			C
66-69	задовільно	зараховано	D
60-65			E
21-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано – з можливістю повторного складання заліку	FX
0-20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано – з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F

У разі невиконання окремих завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студенти мають право, за дозволом декана, виконати їх до

останнього семінарського (практичного, лабораторного) заняття. Час та порядок складання визначає викладач. У виключних випадках студенту надається можливість дострокового складання екзаменів (заліків) не раніше календарного місяця до початку сесії. Дозвіл на дострокове складання екзаменів (заліків) надається ректором (проректором) за поданням декану факультету за умови, що студент на момент подання заяви отримав не менше 25 балів за результатами поточної успішності з нормативних наук (дисциплін) та не менше 50 балів за результатами поточної успішності з вибірових дисциплін та засвоїв увесь обсяг навчальної програми.

VIII. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ СТАНДАРТ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010. – К.: Видавництво «Соцінформ», 2010.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011р. №1341.
4. Національна рамка кваліфікацій. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 року №266. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. TUNING. Educational Structures in Europe. – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.
7. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. Укладачі: 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. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С. та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с
9. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації/ Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К.: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.

Професійні профілі випускників з прикладами: фахівець з маркетингу (випускник) здатний виконувати професійні роботи за Класифікатором професій ДКК 003:2010 станом на 01.09.2012 р.

(із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 16.08.2012 р. № 923):

Код КП	Професійна назва роботи
1224	Завідувач підприємства роздрібної торгівлі
1225	Завідувач туристичного агентства
1226.1	Директор з матеріально-технічного постачання
1226.2	Начальник постачання
1231	Начальник планово-економічного бюро цеху
1231	Начальник планово-економічного відділу
1233	Директор з маркетингу
1233	Директор комерційний
1233	Начальник відділу збуту (маркетингу)
1233	Начальник комерційного відділу
1234	Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)
1235	Начальник відділу матеріально-технічного постачання
1317	Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним тощо)
1475	Менеджер (управитель) з маркетингу
1476.1	Менеджер (управитель) з реклами

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
Національної рамки кваліфікацій (дескрипторам НРК)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
Здатність працювати в команді			+	
Здатність до системного мислення, аналізу та синтезу		+		
Здатність гнучко адаптуватися до різних професійних ситуацій, проявляти творчий підхід, ініціативу			+	+
Здатність розуміти, використовувати та генерувати нові ідеї, управляти часом		+		
Здатність спілкуватися державною мовою, а також іноземною, за професійним спрямуванням, як усно, так і письмово			+	
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.		+		
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
Здатність генерувати і застосувати нові ідеї для розв'язання конкретних маркетингових задач		+	+	
Здатність до аналізу та прогнозування розвитку соціально-економічних процесів і систем		+		
Здатність до виконання маркетингових функцій у відділі маркетингу з використанням маркетингових технологій та інструментів	+	+	+	+
Здатність до підготовки та проведення кількісних та якісних маркетингових досліджень, підготовки звітів щодо стану та динаміки розвитку ринку товарів та послуг	+	+	+	+
Здатність до використання технологій сегментування ринку, позиціонування продуктів та підприємств	+	+		+
Здатність розуміти моделі поведінки споживачів та принципи розробки товарної, цінової, комунікаційної діяльності, розподілу і збуту готової продукції та послуг	+		+	

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
цінової, комунікаційної діяльності, розподілу і збуту готової продукції та послуг				
Здатність до застосування сучасних методів та інструментів маркетингових комунікацій та PR. Уміння інтерпретувати різноманітні засоби просування в комплексі маркетингових комунікацій	+	+	+	
Уміння розробляти дизайн реклами та організовувати виставкову діяльність, визначати марочні стратегії підприємства	+	+	+	
Здатність до організації логістичної діяльності підприємства, будувати сучасні логістичні системи на підприємстві		+		+
Здатність до розрахунку та прогнозування цінової політики підприємства: цін, знижок, обґрунтування цінових стратегій	+	+		
Здатність до організації системи збуту та товароруку, планування оптової та роздрібною торгівлі		+	+	+
Здатність до здійснення маркетингового аудиту. Здатність до оцінювання результативності та ефективності маркетингової діяльності підприємства	+			

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)




Сагайдак Михайло Петрович,
доктор економічних наук

Проектна група:



Зав'ялова Марина Володимирівна,
кандидат економічних наук



Зюкова Ірина Олексіївна,
кандидат економічних наук

