

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»
Криворізький економічний інститут**

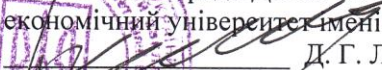
**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
підготовки здобувачів вищої освіти
на першому (бакалаврському) рівні**

«МАРКЕТИНГ»

спеціальність **075 Маркетинг**
галузь знань **07 Управління та адміністрування**
кваліфікація **бакалавр маркетингу**


ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
25.04.2019 р. (протокол №9)

Голова Вченої ради ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Д. Г. Лук'яненко

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Криворізького економічного
інституту ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
22.04.2019 р. (протокол №10)

Голова Вченої ради Криворізького економічного
інституту ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»

А. В. Шайкан

КНЕУ – 2019

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «Управління та адміністрування»
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 072 «Маркетинг»
КВАЛІФІКАЦІЯ бакалавр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Кафедрою маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Протокол № 8 від 16.04.2019 р.

Завідувач кафедри

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Протокол № 5 від 22.04.2019 р.

Голова науково-методичної ради

СХВАЛЕНО

Вченою радою Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Протокол № 10 від 22.04.2019 р.

Голова Вченої ради

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Протокол №9 від 25.04.2019 р.

Голова Вченої ради

НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ ректора ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» №617 від 28 серпня 2019 р.



ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою у складі:

1. **Сагайдак Михайло Петрович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», керівник проектної групи
2. **Зав'ялова Марина Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».
3. **Скринько Наталя Василівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейхолдерів:

1. **Костинець В. В.**, кандидат економічних наук, директор ТОВ «Туристична компанія «Менестіс».
2. **Жаботинська Н. О.**, директор ТОВ «НОВА МЕДІА».
3. **Люльченко А.П.**, директор ПП «ДК ЄВРОТРАНС».

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін у освітньо-професійну програму регулюється «Порядком розробки освітніх програм в Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», затвердженим рішенням Вченої ради Університету (протокол від 23.11.2017 р. № 4) та введеного в дію наказом ректора Університету від 24.11.2017р. № 888.

Освітньо-професійна програма для бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Криворізький економічний інститут Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти і назва мовою оригіналу	Бакалавр Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	«МАРКЕТИНГ»
Тип диплома та обсяг програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, сертифікат про акредитацію серія НД № 0485886 з галузі знань (спеціальності) 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг. Термін дії сертифіката до 1 липня 2024 року.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта (сертифікат зовнішнього незалежного оцінювання). За конкурсом. Освітньо-кваліфікаційний рівень «Молодший спеціаліст» (диплом). За конкурсом. Без обмежень доступу до навчання. Умови вступу визначають правила прийому до Криворізького економічного інституту ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	До 01.07.2024 р. або до завершення повного циклу навчання
Інтернет адреса розміщення опису освітньо-професійної програми	http://www.kneu.dp.ua/
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Сформувати у майбутніх фахівців систему комплексних знань з теоретичних засад, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07–«Управління та адміністрування» 075 – «Маркетинг» 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-

	<p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна. Структура освітньо-професійної програми передбачає оволодіння поглибленими знаннями щодо: психології бізнесу та економічного аналізу; знання господарського права та іноземної мови. набуття практичних навичок щодо основних технологій дослідження вітчизняного і міжнародного ринку й конкурентного середовища, форм здійснення ринкової діяльності, маркетингових досліджень споживачів, розробки і обґрунтування продуктової та цінової політики, управління збутом, розробки маркетингової комунікаційної політики, організації та планування маркетингової діяльності підприємства.</p>
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p>В освітньо-професійній програмі, акцент робиться на підготовці до інтеграційної діяльності, що включає наукову, маркетингову та підприємницьку компоненти для потреб підприємств різних галузей і розвитку власного бізнесу.</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма є практично-орієнтованою та реалізується у тісному співробітництві з авторитетними українськими та зарубіжними науковими інституціями, консалтинговими й аналітичними центрами, інвестиційними компаніями, провідними бізнесовими структурами, які здійснюють маркетингову і логістичну діяльність, фахівці яких залучаються до навчального процесу.</p>
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники програми можуть займати посади (за державним класифікатором професій ДКК 003: 2010):</p> <p>2419.2. Консультант з маркетингу;</p> <p>1475. Менеджер (управитель) з маркетингу;</p> <p>2419.2. Фахівець з методів розширення збуту (маркетолог);</p> <p>3419. Організатор зі збуту;</p> <p>3429. Агент рекламний;</p> <p>1476.1. Менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>3429. Представник з реклами;</p> <p>2419.2. Рекламист;</p> <p>1475.4. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю;</p> <p>2419.2. Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою;</p> <p>2419.2. Економіст зі збуту;</p> <p>2441.2. Економіст із ціноутворення та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010».</p>

Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, яке носить практично- та інноваційно-орієнтований характер. Проблемні лекції, вирішення ситуаційних вправ, розв'язання проблемних завдань, самостійна робота на основі запропонованих інформаційних джерел, підготовка та захист курсових робіт, консультації з викладачами, практика, тренінги, підготовка кваліфікаційної бакалаврської роботи.
Оцінювання	Поточний контроль: усні відповіді, тестування, контрольні (модульні) роботи, аналіз статей, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, вирішення ситуаційних вправ, а також захист рефератів, курсових робіт і звіту з практики. Підсумковий контроль: письмові екзамени, заліки
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані 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.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку маркетингу, його місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК4. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК5. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК7. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК8. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК9. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК10. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК12. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p>

	<p>ЗК14. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 - Програмні результати навчання	
	<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі</p>

	<p>управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПР10. 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>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР15. 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>ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	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.
Матеріально-технічне забезпечення	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.
Інформаційне та	Інформаційне забезпечення освітнього процесу передбачає

навчально-методичне забезпечення	можливість студентів 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, кваліфікаційних робіт та усіх видів практик.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Може здійснюватися на основі двосторонніх договорів між Криворізьким економічним інститутом ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Може здійснюватися у рамках програми ЄС Ерасмус + на основі двосторонніх договорів між Криворізьким економічним інститутом ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» та закладами вищої освіти країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	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, дипломна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти			
ОК.1	Філософія	5	екзамен
ОК.2	Основи економічної науки	11	екзамен
ОК.3	Вища математика	11	екзамен
ОК.4	Психологія бізнесу	5	екзамен
ОК.5	Університетська освіта	5	залік
ОК.6	Іноземна мова	12	екзамен
ОК.7	Фахова іноземна мова	10	екзамен
ОК.8	Фізичне виховання	0	-
ОК.9	Історія української державності	5	екзамен
ОК.10	Бізнес-інформатика	5	екзамен
ОК.11	Ділова українська мова	4	залік
ОК.12	Соціологія	4	залік
ОК.13	Макроекономіка	6	екзамен
ОК.14	Господарське право	5	залік
ОК.15	Статистика	6	екзамен
ОК.16	Менеджмент	6	екзамен
ОК.17	Маркетинг	5	екзамен
ОК.18	Мікроекономіка	5	екзамен
ОК.19	Бухгалтерський облік	6	екзамен
ОК.20	Економічний аналіз	6	диф. залік
ОК.21	Політологія	5	диф. залік
ОК.22	Фінанси	7	екзамен

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, дипломна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК.23	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОК.24	Маркетинг 2	6	екзамен
ОК.25	Цифрова економіка	5	екзамен
ОК.26	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК.27	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен
ОК.28	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК.29	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
Разом		167	
Практична підготовка			
ОК.30	Практика навчальна	3	звіт
ОК.31	Практика переддипломна	6	звіт
ОК.32	Підготовка та захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	4	захист
Разом		13	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
2. Вибіркові компоненти			
<i>Пакет 1</i>			
ВК.1	Товарознавство	6	залік
ВК.2	Логістика	6	екзамен
ВК.3	Маркетингове ціноутворення	8	екзамен
ВК.4	Європейська інтеграція	7	залік
ВК.5	Маркетингові комунікації	7	екзамен
ВК.6	Інфраструктура товарного ринку	6	диф.залік
ВК.7	Startup проекту	6	залік
ВК.8	Поведінка споживачів	5	екзамен
ВК.9	Управління продажами	3	диф. залік
ВК.10	Маркетинговий аудит	3	залік
ВК.11	Маркетинг закупівель	3	залік
<i>Пакет 2</i>			
ВК.12	Маркетинг туризму	6	залік
ВК.13	Логістика	6	екзамен
ВК.14	Маркетингове ціноутворення	8	екзамен
ВК.15	Європейська інтеграція	7	залік
ВК.16	Маркетингові комунікації	7	екзамен
ВК.17	Цифровий маркетинг	6	диф. залік
ВК.18	Startup проекту	6	залік
ВК.19	Поведінка споживачів	5	екзамен
ВК.20	Соціальний маркетинг	3	диф. залік
ВК.21	Маркетинговий аудит	3	залік
ВК.22	Дизайн реклами і виставкова діяльність	3	залік
Загальний обсяг вибіркових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Обсяг освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні становить 240 кредитів: 4 роки (денна та заочна форми).

Освітньо-професійна програма включає:

- обов'язкову компоненту підготовки, загальним обсягом 167 кредитів ЄКТС, яка включає дисципліни загальної підготовки (обсягом 77 кредитів ЄКТС) та дисципліни професійної підготовки (обсягом 90 кредитів ЄКТС);

- вибіркову компоненту програми, загальним обсягом 60 кредитів ЄКТС, яка складається з дисциплін професійного спрямування та представлена двома пакетами дисциплін на вибір студента;

- практичну підготовку, загальним обсягом 13 кредитів ЄКТС, що включає:
- практику навчальну обсягом 3 кредити ЄКТС;
- переддипломну практику обсягом 6 кредитів ЄКТС;
- підготовку та захист кваліфікаційної бакалаврської роботи обсягом 4 кредити ЄКТС.

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.

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» на підставі освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 – «Маркетинг» розробляє навчальний план, який визначає:

1. Перелік та обсяг навчальних дисциплін у кредитах ЄКТС;
2. Послідовність вивчення дисциплін;
3. Форми проведення навчальних занять та їх обсяг;
4. Графік навчального процесу;
5. Форми поточного та підсумкового контролю.

Навчальний план затверджується головою Вченої ради ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Для конкретизації планування навчального процесу на кожний навчальний рік складається робочий навчальний план, що затверджується керівником закладу вищої освіти.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми ОС «Бакалавр» представлена на рис. 1.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 – «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи.

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 бакалаврської роботи на засіданні

Екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти. Обов'язковою є наявність демонстраційного матеріалу із застосуванням мультимедійних засобів та друкованого роздаткового матеріалу.

Кваліфікаційна бакалаврська робота 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 студентом 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 бакалаврській роботі 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 бакалаврська робота має бути перевірена на плагіат.

Деталізація вимог до кваліфікаційної бакалаврської роботи регламентується внутрішніми документами та «Методичними вказівками до виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи для студентів спеціальності 075 – «Маркетинг» денної та заочної форм навчання».

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

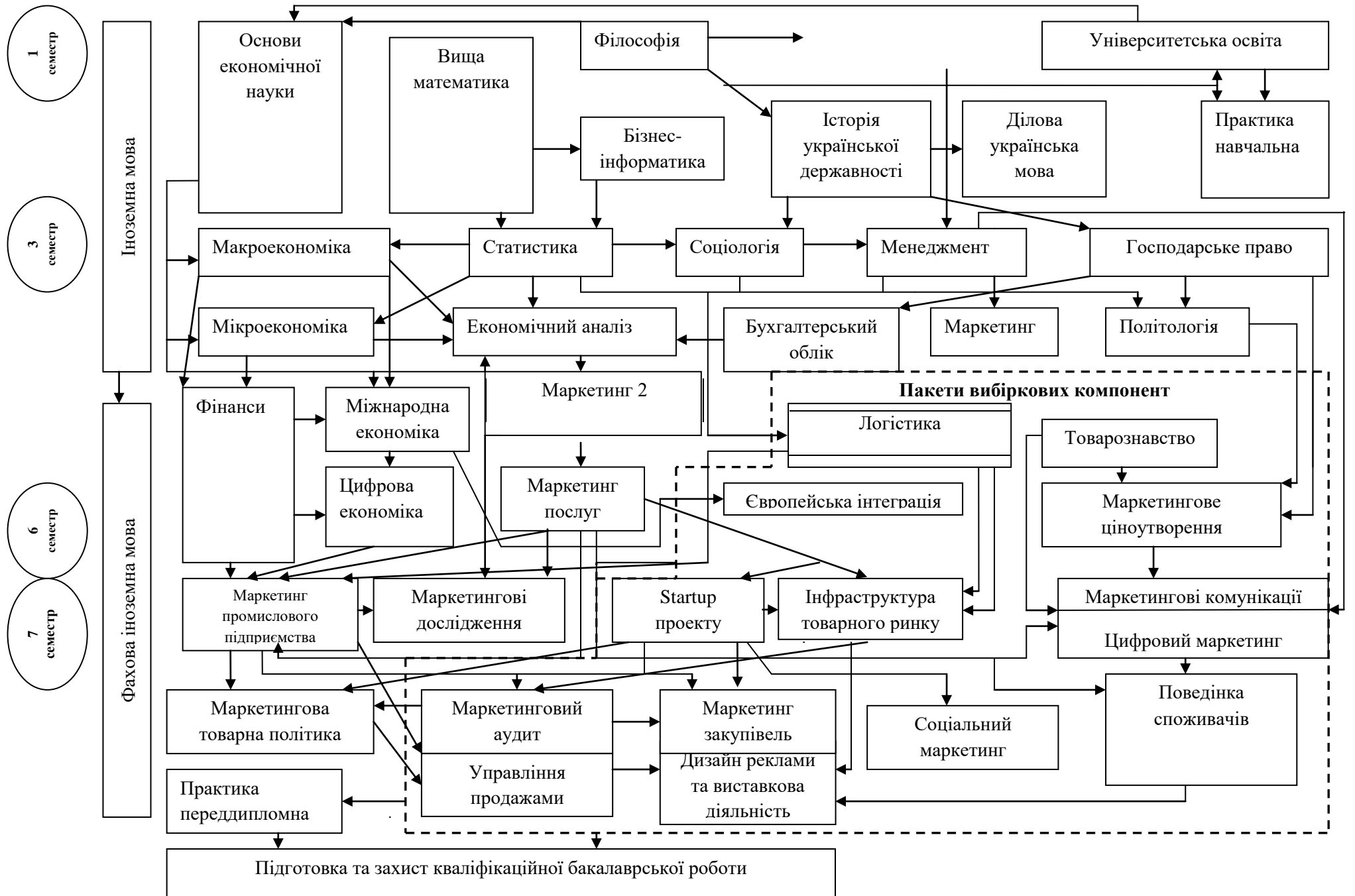


Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні «Маркетинг»

4. Матриця відповідності програмних компетентностей відповідним компонентам освітньо-професійної програми

4.1. Матриця забезпечення програмних компетентностей (ЗК та СК) обов'язковими компонентами (ОК) освітньо-професійної програми


	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			
ЗК1	+										+					+					+														
ЗК2			+				+									+													+						
ЗК3	+										+										+												+		
ЗК4			+						+													+			+										
ЗК5					+							+						+															+		
ЗК6								+								+				+							+								
ЗК7		+					+															+									+				
ЗК8				+						+									+				+												
ЗК9										+			+				+																		
ЗК10			+												+											+				+					
ЗК11						+	+																+												
ЗК12											+			+						+								+							
ЗК13			+									+				+			+																
ЗК14						+	+							+									+							+					
ЗК15								+									+							+					+						
СК1		+									+						+								+										
СК2			+				+					+													+										
СК3		+						+				+																+							
СК4				+						+							+		+																
СК5	+					+									+				+													+			
СК6			+					+			+						+										+								
СК7					+									+						+													+		
СК8														+				+			+				+		+							+	
СК9		+		+		+					+										+									+					
СК10																	+			+					+						+			+	
СК11	+			+						+								+													+			+	
СК12			+					+									+							+							+			+	
СК13	+							+					+								+								+			+			
СК14		+				+											+							+							+				

4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей (ЗК та СК) варіативним компонентам (ВК) освітньо-професійної програми

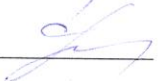
	Пакет 1											Пакет 2										
	ВК.1	ВК.2	ВК.3	ВК.4	ВК.5	ВК.6	ВК.7	ВК.8	ВК.9	ВК.10	ВК.11	ВК.12	ВК.13	ВК.14	ВК.15	ВК.16	ВК.17	ВК.18	ВК.19	ВК.20	ВК.21	ВК.22
ЗК1	+						+					+						+				+
ЗК2				+	+						+							+	+			
ЗК3		+	+							+			+				+					
ЗК4	+					+						+			+					+		
ЗК5			+				+		+					+				+				
ЗК6					+										+				+			+
ЗК7				+			+			+			+			+					+	
ЗК8	+					+	+	+									+	+				
ЗК9	+							+		+				+					+			
ЗК10				+	+		+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК11	+				+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК12	+	+	+	+				+	+				+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК13		+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК14			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК1	+			+		+			+	+					+		+				+	+
СК2				+		+			+	+					+		+				+	+
СК3		+	+	+			+	+		+	+		+	+	+			+	+	+	+	+
СК4	+				+							+				+				+		+
СК5						+							+							+	+	+
СК6		+				+					+					+						
СК7		+		+						+									+			
СК8		+							+			+	+					+				
СК9	+				+			+								+	+					+
СК10	+							+				+	+	+								
СК11			+			+				+	+						+					
СК12							+							+	+				+	+		
СК13	+							+								+				+	+	
СК14					+					+					+			+		+	+	+

**5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР)
вибірковими компонентами (ВК) освітньо-професійної програми**

	Пакет 1											Пакет 2										
	ВК.1	ВК.2	ВК.3	ВК.4	ВК.5	ВК.6	ВК.7	ВК.8	ВК.9	ВК.10	ВК.11	ВК.12	ВК.13	ВК.14	ВК.15	ВК.16	ВК.17	ВК.18	ВК.19	ВК.20	ВК.21	ВК.22
ПР1	+				+			+			+			+							+	
ПР2		+						+		+			+			+					+	
ПР3	+			+		+				+			+		+							+
ПР4			+																			
ПР5					+			+					+			+		+	+			
ПР6		+						+		+				+								+
ПР7			+					+		+								+				+
ПР8		+								+			+							+		
ПР9								+		+											+	
ПР10			+			+			+									+	+			+
ПР11	+							+			+					+		+				
ПР12			+			+			+					+					+			
ПР13*	+				+				+		+							+			+	
ПР14		+						+						+		+		+			+	
ПР15					+			+		+					+			+		+		
ПР16	+									+				+				+				+
ПР17					+			+		+					+	+	+				+	
ПР18		+						+					+		+		+				+	

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)  Сагайдак Михайло Петрович, доктор економічних наук, професор

Члени проектної групи:  Зав'ялова Марина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент

 Скринько Наталя Василівна, кандидат економічних наук, доцент