

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

**підготовки здобувачів вищої освіти
на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти**

«МАРКЕТИНГ»

за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
кваліфікація бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету
економіки і технологій
28 липня 2022 р. (протокол № 16)



Голова Вченої ради Державного
університету
економіки і технологій

— Андрій ШАЙКАН

28 липня 2022 р.

Кривий Ріг – 2022

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
КВАЛІФІКАЦІЯ	бакалавр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Кафедрою управління бізнесом Державного університету економіки і технологій
Протокол № 17 від 21 червня 2022 р.

В.о. завідувача кафедри



Тетяна ПЕТРИШИНА

СХВАЛЕНО

Вченою радою Навчально-наукового інституту управління та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій
Протокол № 10 від 25 червня 2022 р.

Голова Вченої ради



Катерина СЛЮСАРЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Державного університету економіки і технологій
Протокол № 12 від 28 червня 2022 р.

Голова науково-методичної ради




Сергій ГУШКО

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету економіки і технологій
Протокол № 16 від 28 липня 2022 р.

Голова Вченої ради



Андрій ШАЙКАН

НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ в.о. ректора Державного університету економіки і технологій

№ 109 від 28 липня 2022 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг, розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти №1343 від 05.12.2018 р.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма для бакалавра розроблена проєктною групою у складі:

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

Рецензії-відгуки зовнішніх стейхолдерів:

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

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін у освітньо-професійну програму регулюється Положенням про освітні програми Державного університету економіки і технологій введеного в дію наказом в.о. ректора Університету від 26.11.2020 р. № 178.

Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні спеціальності 075 Маркетинг не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Державного університету економіки і технологій.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет економіки і технологій Навчально-науковий інститут управління та бізнес – освіти Кафедра управління бізнесом
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти: Бакалавр Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплома: диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС (термін навчання 3 роки 10 місяців); - на базі ступеня молодший бакалавр (освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст) заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) (термін навчання 1 рік 10 місяців); - спеціальностей галузі знань 07 Управління та адміністрування, а також спеціальності 051 Економіка – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня фаховий молодший бакалавр заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти (термін навчання 2 роки 10 місяців). Прийом на основі ступенів молодший бакалавр, фаховий молодший бакалавр або освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. Мінімум 120 кредитів ЄКТС (50% обсягу) освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію серія УД № 04009938 з галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг Термін дії сертифіката до 1 липня 2024 року.
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Освіта: - повна загальна середня освіта; - освітнього-кваліфікаційний рівень молодший спеціаліст; - на базі ступеня молодший бакалавр.

	Без обмежень доступу до навчання. Умови вступу визначають правила прийому до Державного університету економіки і технологій.
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	До 01 липня 2024 року або до завершення повного циклу навчання
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.duet.edu.ua/ua
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Сформувати у майбутніх фахівців систему теоретико-методичних знань та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	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-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. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна. Освітньо-професійна програма спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти базується на законах, закономірностях та принципах, а також історичних передумовах та сучасних тенденціях розвитку маркетингу. Орієнтується на використання сучасних методів та технологій провадження маркетингової діяльності. Формує креативних фахівців із новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи маркетингової діяльності підприємства, установи та організації, але й удосконалювати їх на базі сучасних

	досягнень.
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p><i>Загальна освіта</i> в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг: глибокі знання з маркетингу, маркетингових досліджень, управління продажами, маркетингової товарної політики, цифрового маркетингу.</p> <p><i>Ключові слова:</i> маркетинг, цифровий маркетинг, маркетингова товарна політика, логістика, іміджелогія, брендінг, послуги, збут, економічне обґрунтування управлінських рішень.</p>
Особливості програми	<p>Програма передбачає тісну взаємодію зі стекхолдерами шляхом періодичного обговорення освітньо-професійної програми, проходження практик (на кожному курсі), вебінарів та гостьових лекцій. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації в сучасному маркетинговому середовищі.</p> <p>Проходження практик на діючих підприємствах дозволяє застосувати набуті знання та вміння, що сприяє формуванню спеціальних (фахових) компетентностей.</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> <ul style="list-style-type: none"> 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання 1448 Менеджери (управителі) туристичних агентств та бюро подорожей 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей 3415 Технічні та торговельні представники 3416 Закупники 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери <p>та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010».</p>
Подальше навчання	<p>Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за програмами НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, організаційне навчання в Moodle, проблемно-орієнтоване навчання, творчі підходи до навчання, креативність освіти, самонавчання, індивідуальна робота з викладачами, участь у наукових дослідженнях.</p>
Оцінювання	<p>Тестування знань, оцінювання усних відповідей, презентацій на практичних заняттях, виконання та захист самостійних індивідуальних робіт; курсових робіт, модульних контрольних</p>

	робіт, складання екзаменів, захист звітів з практик, захист кваліфікаційної роботи бакалавра тощо.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися 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>
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</p>

	<p>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 крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 - Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання (ПР)</p>	<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 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</p>

	<p>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; мають необхідний стаж педагогічної роботи. До процесу викладання залучатимуться практики, які мають досвід маркетингової діяльності. Згідно Закону України «Про вищу освіту» з метою підвищення фахового рівня науково-педагогічні працівники проходять стажування не рідше, ніж один раз на п'ять років, беруть участь у професійних тренінгах.
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 навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення освітнього процесу передбачає можливість здобувачів використовувати модуль активного навчання у об'єктно-орієнтованому середовищі (Moodle) та наявність відповідних ліцензованих, публічних комп'ютерних програм для проведення практичних та творчих занять. Навчально-методичне забезпечення передбачає наявність навчально-методичних комплексів з усіх дисциплін навчального плану, методичних рекомендацій для виконання курсових робіт та усіх видів практик.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна	Може здійснюватися на основі двосторонніх договорів між

мобільність	Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Може здійснюватися у рамках програми ЄС Ерасмус + на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій 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, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти			
Цикл загальної підготовки			
ОК.1	Філософія	5	Іспит
ОК.2	Економікс	6	Залік
ОК.3	Основи бізнесу	5	Іспит, курсова робота
ОК.4	Прикладна математика	6	Іспит
ОК.5	Моделювання та прогнозування складних систем	5	Залік
ОК.6	Психологія	5	Іспит
ОК.7	Тренінг-курс: Ефективні комунікації та командоутворення	5	Залік
ОК.8	Іноземна мова	12	Іспит
ОК.9	Фахова іноземна мова	10	Іспит
ОК.10	Історія української державності	5	Іспит
ОК.11	Прикладна інформатика	5	Іспит
ОК.12	Українська мова професійного спрямування	4	Залік
ОК.13	Політичне маніпулювання	4	Залік
Цикл професійної підготовки			
ОК.14	Макроекономіка	4	Іспит
ОК.15	Господарське право	5	Залік
ОК.16	Статистика	5	Іспит
ОК.17	Менеджмент	6	Іспит
ОК.18	Маркетинг	5	Іспит
ОК.19	Мікроекономіка	6	Іспит
ОК.20	Бухгалтерський облік	6	Іспит
ОК.21	Економічний аналіз	5	Залік
ОК.22	Політологія	5	Залік
ОК.23	Фінанси	7	Іспит
ОК.24	Міжнародна економіка	5	Іспит
ОК.25	Маркетинг-2	5	Іспит, курсова робота
ОК.26	Цифрова економіка	4	Іспит
ОК.27	Маркетинг послуг	4	Іспит
ОК.28	Маркетингові дослідження	5	Іспит, курсова

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
			робота
ОК.29	Цифровий маркетинг	4	Іспит
ОК.30	Управління проєктами	3	Залік
Практична підготовка			
ОК.31	Практика навчальна	3	Залік
ОК.32	Практика виробнича	3	Залік
ОК.33	Практика виробнича	3	Залік
ОК.34	Практика переддипломна	6	Залік
Атестація			
ОК.35	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	4	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Варіативні компоненти			
Цикл професійної підготовки			
Блок 1 (здобувач вищої освіти обирає 1 дисципліну в семестр)			
ВК.1	Маркетинг туризму	6	Залік
ВК.2	Іміджологія і брендінг	6	Залік
Блок 2 (здобувач вищої освіти обирає 1 дисципліну в семестр)			
ВК.3	Поведінка споживачів	7	Іспит
ВК.4	Міжнародна статистика та аналітика: тренінг-курс	7	Іспит
Блок 3 (здобувач вищої освіти обирає 1 дисципліну в семестр)			
ВК.5	Європейська інтеграція	7	Залік
ВК.6	Грантрайтинг	7	Залік
Блок 4 (здобувач вищої освіти обирає 1 дисципліну в семестр)			
ВК.7	Логістика	7	Іспит
ВК.8	Маркетингове ціноутворення	7	Іспит
Блок 5 (здобувач вищої освіти обирає 1 дисципліну в семестр)			
ВК.9	Маркетингові комунікації	8	Іспит
ВК.10	Стратегічні комунікації та PR	8	Іспит
Блок 6 (здобувач вищої освіти обирає 2 дисципліни в семестр)			
ВК.11	Соціальний маркетинг	5	Залік
ВК.12	Startup проєкту	5	Залік
ВК.13	Міжкультурна комунікація	5	Залік
ВК.14	Дизайн реклами і виставкова діяльність	5	Залік
Блок 7 (здобувач вищої освіти обирає 1 дисципліну в семестр)			
ВК.15	Маркетингова товарна політика	5	Іспит
ВК.16	Маркетинг промислового підприємства	5	Іспит
Блок 8 (здобувач вищої освіти обирає 2 дисципліни в семестр)			
ВК.17	Управління продажами	5	Залік
ВК.18	Економічне обґрунтування управлінських рішень	5	Залік
ВК.19	Маркетинговий аудит	5	Залік
ВК.20	Інтелектуальна власність	5	Залік
Загальний обсяг варіативних компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма побудована із врахуванням основних елементів підготовки бакалавра маркетингу, а саме – аналітично-діагностичної, консультативної та управлінської складових. Зазначені елементи присутні, як в дисциплінах загальної, так і професійної підготовки, вибудовані за принципом логічного взаємозв'язку між дисциплінами.

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

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

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти кваліфікації бакалавр маркетингу

Атестація випускників освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи бакалавра.

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

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

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

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

Кваліфікаційна робота бакалавра має бути перевірена на плагіат.

Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи бакалавра регламентується внутрішніми

документами, Методичними вказівками до виконання кваліфікаційної роботи бакалавра для здобувачів спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання та Вимог з оформлення письмових робіт у Державному університеті економіки і технологій.

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

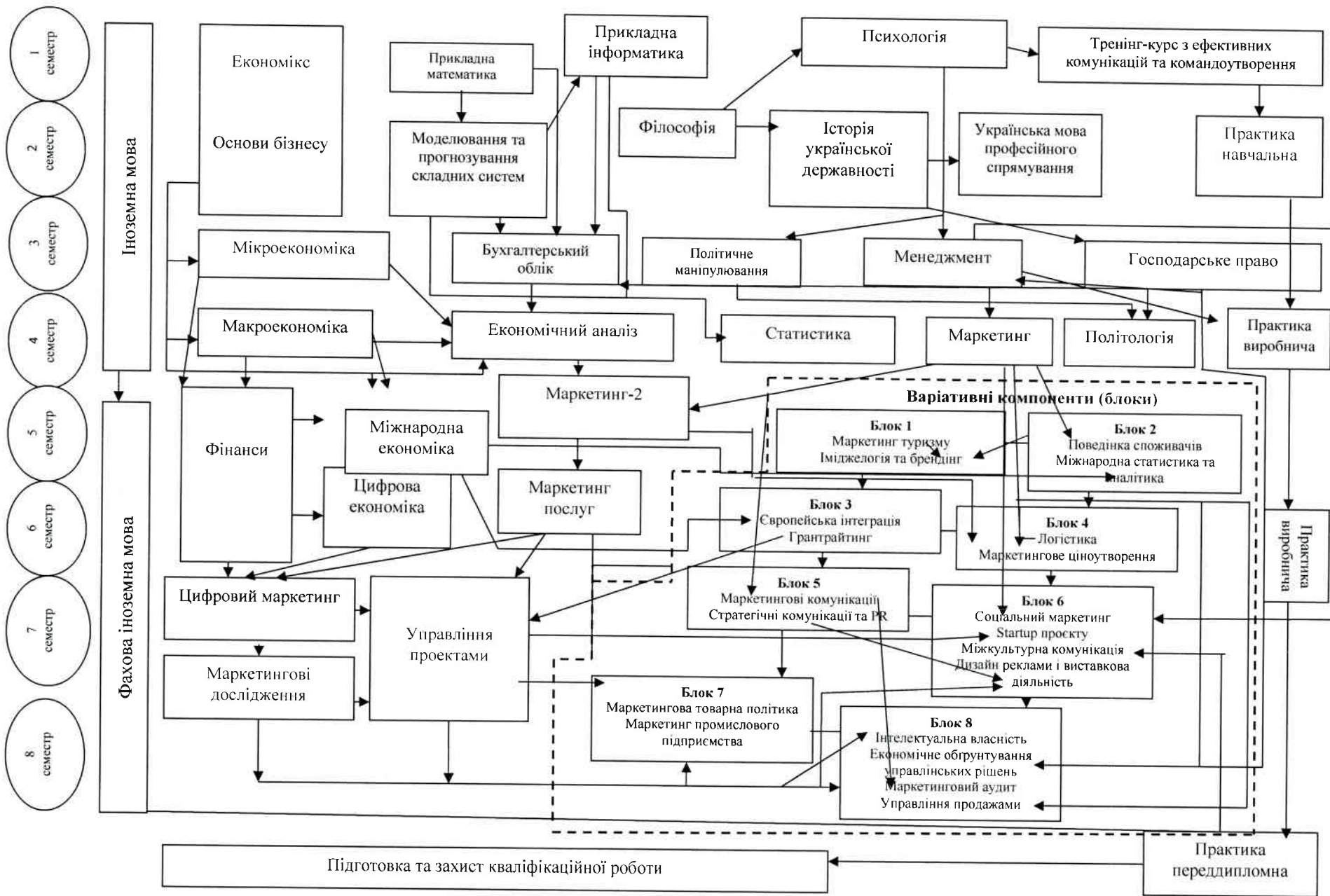


Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

№ КОМПОНЕНТИ	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	
OK.35			+		+	+	+	+	+						+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
BK.1				+		+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	
BK.2				+		+	+	+			+		+		+				+	+			+			+		+	
BK.3			+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+
BK.4			+	+				+	+				+													+	+		+
BK.5	+										+		+												+		+		
BK.6			+	+	+		+		+		+	+	+															+	
BK.7			+		+	+	+		+			+	+		+	+	+	+	+	+			+						+
BK.8			+			+	+								+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	
BK.9		+				+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+	+			+	+		+			+
BK.10		+		+		+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+	+			+	+		+	+		+
BK.11		+		+		+	+	+	+			+			+	+	+	+	+	+					+	+			+
BK.12			+	+	+		+				+	+	+		+												+		+
BK.13		+					+		+	+		+	+											+			+	+	
BK.14		+			+	+	+		+		+	+			+	+	+	+	+	+			+	+	+		+		+
BK.15			+		+	+	+				+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+
BK.16			+						+																				
BK.17			+	+	+	+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
BK.18			+		+		+														+	+		+	+				+
BK.19			+		+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+
BK.20		+			+		+							+		+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+

№ КОМПОНЕНТИ	ПР 1	ПР 2	ПР 3	ПР 4	ПР 5	ПР 6	ПР 7	ПР 8	ПР 9	ПР 10	ПР 11	ПР 12	ПР 13	ПР 14	ПР 15	ПР 16	ПР 17	ПР 18
<i>Атестація</i>																		
OK.35	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+
II. Варіативні компоненти																		
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									+						+	+		+

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

Керівник проєктної групи
(гарант освітньої програми)



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

Члени проєктної групи



Ганна АНДРУЩЕНКО, доктор соціологічних наук, професор кафедри управління бізнесом



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