

## ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

підготовки здобувачів вищої освіти  
на першому (бакалаврському) рівні

### «МАРКЕТИНГ»

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

### ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного  
університету економіки і технологій  
26 серпня 2021 р.  
(протокол № 2)



Голова Вченої ради  
Державного університету  
економіки і технологій

А. ШАЙКАН

26 серпня 2021 р.

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

<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	075 «Маркетинг»
<b>КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	бакалавр маркетингу

**РЕКОМЕНДОВАНО**

Кафедрою управління бізнесом Державного університету економіки і технологій  
Протокол № 1 від 25 серпня 2021 р.

В.о. завідувача кафедри

  
\_\_\_\_\_ Т. Петрішина

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою Навчально-наукового інституту управління та бізнес-освіти Державного  
університету економіки і технологій  
Протокол № 1 від 26.08.2021 р.

Голова Вченої ради

  
\_\_\_\_\_ К.Слюсаренко

**ПОГОДЖЕНО**

Науково-методичною радою Державного університету економіки і технологій  
Протокол № 2 від 26.08.2021 р.

Голова науково-методичної ради

  
\_\_\_\_\_ С. Гушко

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою Державного університету економіки і технологій  
Протокол № 2 від 26.08.2021 р.

Голова Вченої ради

  
\_\_\_\_\_ А. Шайкан

**НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ в.о. ректора Державного університету економіки і технологій

№ 112 від 26 серпня 2021 р.

## ПЕРЕДМОВА

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

Освітньо-професійна програма розроблена проєктною групою Навчально-наукового інституту управління та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій у складі:

1. **Марина Зав'ялова**, к.е.н., доцент, доцент кафедри управління бізнесом, керівник проєктної групи.
2. **Ганна Андрущенко**, д.е.н., професор, професор кафедри управління бізнесом.
3. **Тетяна Петрішина**, к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри управління бізнесом.

Рецензії-відгуки стейхолдерів:

1. **В. Костинець**, к.е.н., директор ТОВ «Туристична компанія «Менестіс».
2. **Н.Жаботинська**, директор ТОВ «НОВА МЕДІА».
3. **А.Люльченко**, директор ІІІ «ДК СВРОТРАНС».

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 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»

<b>1 - Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Державний університет економіки і технологій Кафедра управління бізнесом
<b>Ступінь вищої освіти і назва мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти: Бакалавр Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньо-професійної програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплома та обсяг програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки. Диплом молодшого спеціаліста, одиничний: - для спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - для інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Термін навчання 2 роки
<b>Наявність акредитації</b>	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.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	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 Державного університету економіки і технологій
<b>Мови викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньо-професійної програми</b>	До завершення повного циклу навчання
<b>Інтернет адреса розміщення опису освітньо-професійної програми</b>	<a href="https://www.duet.edu.ua/ua">https://www.duet.edu.ua/ua</a>
<b>2 - Мета освітньо-професійної програми</b>	
Сформувати у майбутніх фахівців систему теоретичних знань, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
<b>3 - Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за</b>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг <b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх

наявності)	<p>економічних та соціальних інтересів.</p> <p><b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><b>Методи, методики та технології:</b> система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньо-професійної програми</b>	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.
<b>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</b>	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.
<b>Особливості програми</b>	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.
<b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<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>



	3429. Представник з реклами; 2419.2. Рекламист; 1475.4. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 2419.2. Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; 2419.2. Економіст зі збуту; 2441.2. Економіст із ціноутворення та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010».
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти.
<b>5 - Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	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.
<b>Оцінювання</b>	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, звіту з практики. Підсумковий контроль: письмові екзамени, заліки
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<b>ЗК1.</b> Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. <b>ЗК2.</b> 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. <b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. <b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями <b>ЗК5.</b> ..Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. <b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. <b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. <b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. <b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних

	<p>технологій.</p> <p><b>ЗК10.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p><b>ЗК11.</b> Здатність працювати в команді.</p> <p><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b></p>	<p><b>СК1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p><b>СК2.</b> Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p><b>СК3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>СК8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p><b>СК11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>СК12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p><b>СК14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p><b>7 - Програмні результати навчання</b></p>	
	<p><b>ПР1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПР2.</b> Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПР3.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p><b>ПР4.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники.</p>



	<p>обґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p><b>ПР5.</b> Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p><b>ПР6.</b> Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p><b>ПР7.</b> Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p><b>ПР8.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p><b>ПР9.</b> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p><b>ПР10.</b> Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p><b>ПР11.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p><b>ПР12.</b> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p><b>ПР13.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p><b>ПР14.</b> Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p><b>ПР15.</b> Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p><b>ПР16.</b> Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p><b>ПР17.</b> Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p><b>ПР18.</b> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Кадрове забезпечення навчання за даною освітньо-професійною програмою передбачає, що 100% навчальних дисциплін викладатимуть особи із науковим ступенем



	кандидата / доктора наук, наукові праці яких відповідають дисциплінам, що викладаються.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Особливостями матеріально-технічного забезпечення освітньо-професійної програми є наявність у навчального закладу необхідних об'єктів навчального та соціально-побутового призначення у відповідності до ліцензійних вимог.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Інформаційне забезпечення освітнього процесу передбачає можливість 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.
<b>9 - Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Може здійснюватися на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Може здійснюватися у рамках програми ЄС Ерасмус + на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти країн-партнерів.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться.

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

### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота )	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>1. Обов'язкові компоненти</b>			
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

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота )	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
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
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
<b>Разом</b>		<b>167</b>	
<b>Практична підготовка</b>			
ОК.30	Практика навчальна	3	звіт
ОК.31	Практика переддипломна	6	звіт
ОК.32	Підготовка та захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	4	захист
<b>Разом</b>		<b>13</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>180</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти</b>			
<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
<b>Загальний обсяг вибірових компонент</b>		<b>60</b>	



Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота )	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

## 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 180 кредитів ЄКТС, яка включає дисципліни загальної підготовки (обсягом 77 кредитів ЄКТС) та дисципліни професійної підготовки (обсягом 90 кредитів ЄКТС);

- вибірккову 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.

Державний університет економіки і технологій 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.

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 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 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 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 та «Методичними вказівками до виконання кваліфікаційної роботи бакалавра 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.



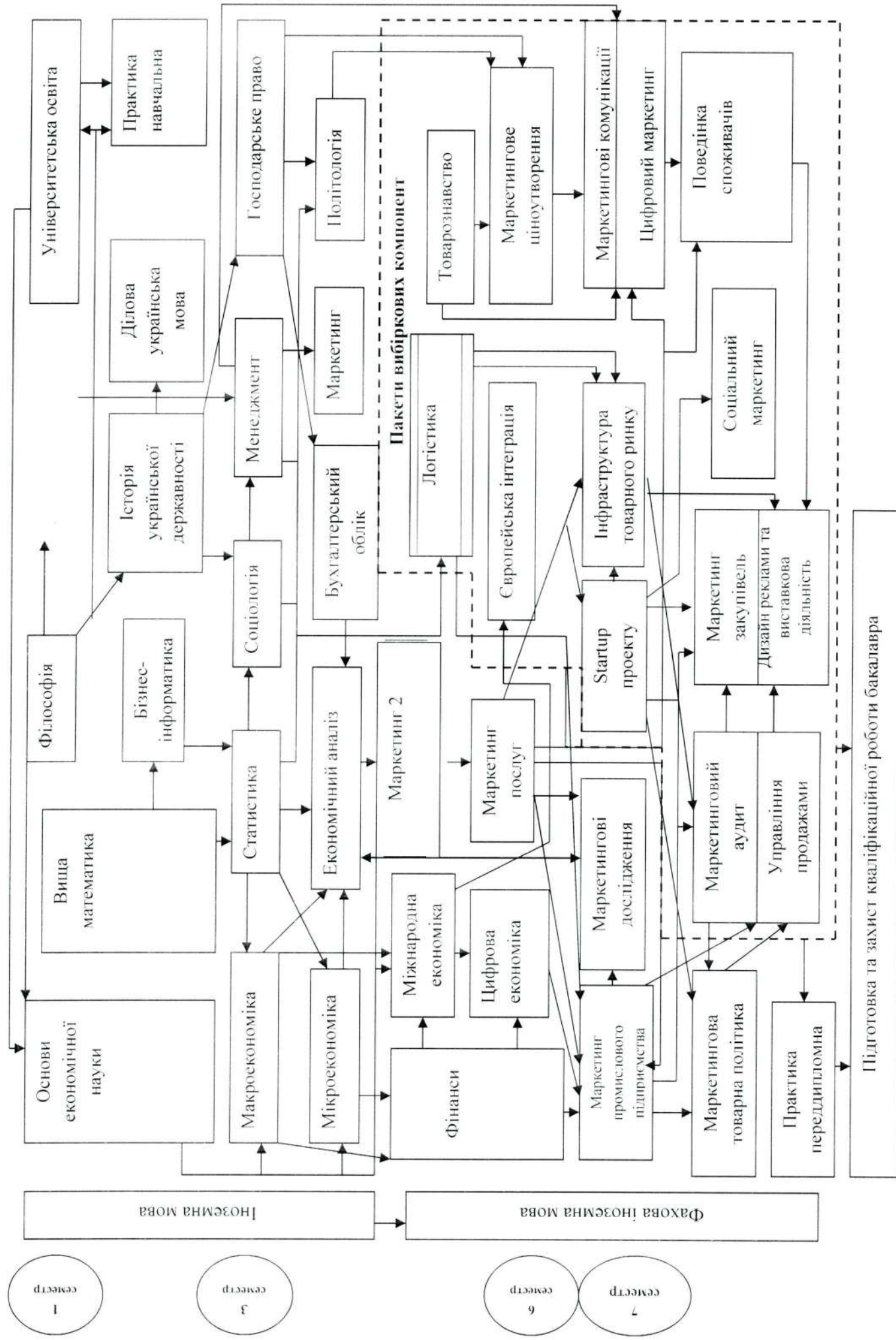


Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні «Маркетинг»











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 проєктної групи  
(гарант освітньої програми)

Марина Зав'ялова, к.е.н., доцент кафедри управління бізнесом

Члени проєктної групи

Ганна Андрущенко, д.е.н., професор кафедри управління бізнесом

Тетяна Петрішина, к.е.н., в.о. завідувача кафедри управління бізнесом