

**Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності 075 Маркетинг**

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну Кафедра економічної кібернетики та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) Ступінь вищої освіти – бакалавр Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки Диплом бакалавра, одиничний, 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності № 1190181 від 23.10.2017р.
Цикл/рівень	НРК України: бакалавр – рівень 7
Передумови	Повна загальна середня освіта або ступінь молодшого бакалавра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07. 2023 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/admissions_main/prifile/
2 - Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область, напрям	Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності. Обов'язкові навчальні модулі – 75%, з них: дисципліни загальної підготовки – 30%, професійної підготовки – 44%, практична підготовка – 13%, вивчення іноземної мови – 13%. Дисципліни вільного вибору студента – 25%, з них, що розширюють: загальні компетентності – 30%, професійні – 70%.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма: Маркетинг Програма розвиває перспективи підготовки фахівців з маркетингу з урахуванням особливостей функціонування підприємств сфери промисловості та послуг.
Особливості освітньої програми	Виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом». Окремі модулі програми викладаються англійською мовою.

4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання		
Придатність до працевлаштування		Бакалавр з маркетингу може обіймати первинні посади у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв'язків тощо на підприємствах різного профілю, організаційно-правової форми та рівня (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах.
Подальше навчання		Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-науковою або освітньо-професійною програмою.
5 – Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання		Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Викладання проводиться у вигляді лекцій, практичних занять, лабораторних робіт, семінарів, роботи в малих групах, проведення індивідуальних занять, проходження практики, консультацій, самонавчання через електронне Модульне середовище освітнього процесу КНУТД. Інтерактивні лекції та практичні заняття.
Оцінювання		Усні та письмові екзамени, тестування, есе, проектні роботи, презентації, звіти, контрольні роботи, курсові (проектні) роботи, комплексний екзамен з фаху.
6 - Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність	ІК	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в управлінській професійній діяльності (у т.ч. у процесі навчання), що передбачає застосування новітніх теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1	Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та застосовування знань у практичних ситуаціях; генерувати нові ідеї (креативність, бути критичним і самокритичним)
	ЗК2	Знання та розуміння предметної області і професійної діяльності з можливостями проведення маркетингових досліджень на відповідному рівні
	ЗК3	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, застосування інформаційних і комунікаційних технологій; вчитися і оволодівати сучасними знаннями, вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми
	ЗК4	Здатність приймати обґрунтовані рішення та працювати в команді, виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети; соціально відповідально та свідомо
Фахові компетентності (ФК)	ФК1	Здатність формувати маркетингово-аналітичну інформацію для ефективного управління діяльністю підприємства
	ФК2	Здатність використовувати математичний інструментарій для дослідження економічних процесів, розв'язання прикладних економічних та оптимізаційних завдань в сфері маркетингу
	ФК3	Здатність до відображення відомостей про маркетингову діяльність суб'єктів господарювання в фінансовому та управлінському обліку, їх систематизації, узагальнення у звітності та інтерпретації для задоволення інформаційних потреб осіб, що приймають рішення

ФК4	Здатність застосування чинної нормативної бази функціонування підприємств та податкового законодавства в практичній маркетинговій діяльності суб'єктів господарювання
ФК5	Здатність проводити аналіз маркетингової діяльності підприємства та фінансовий аналіз з метою прийняття управлінських рішень
ФК6	Здатність здійснення маркетингових процедур із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій
ФК7	Здатність застосовувати та формувати інформаційне забезпечення управління підприємством з використанням сучасного технічного та методичного інструментарію
ФК8	Здатність застосовувати основні методичні прийоми проведення маркетингового аудиту й надання маркетингових аудиторських послуг
ФК9	Здатність здійснювати контроль маркетингової діяльності як функції управління підприємством з метою забезпечення його ефективного функціонування, оцінки результатів роботи, виконання планів, визначення порушень прийнятих норм і стандартів, підвищення відповідальності
ФК10	Здатність здійснювати контроль дотримання нормативних актів з методології маркетингової діяльності, збереження і ефективного використання ресурсів
ФК11	Здатність до формування інформації для контролю за своєчасністю розрахунків з маркетинговими контр-агентами
ФК12	Здатність організовувати ведення маркетингового управлінського обліку на основі бухгалтерської документації
ФК13	Здатність використовувати вимоги законодавства при здійсненні рекламної діяльності
ФК14	Здатність організовувати процес маркетингових досліджень згідно з вимогами чинного законодавства
ФК15	Уміння використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в практичній маркетинговій діяльності, економічного аналізу і аудиту, застосовувати знання та розуміння для розв'язання проблем формування маркетингової політики підприємств і бюджетних установ, складання звітності
ФК16	Здатність аналізувати ефективність використання окремих напрямів маркетингової діяльності підприємств і бюджетних установ, контролювати стан і достовірність обліку та звітності, організацію і ефективність внутрішньогосподарського контролю, збереження та використання майна, позаоборотних і оборотних активів, проводити ревізію виробничої та господарської діяльності підприємств і бюджетних установ
ФК17	Здатність організовувати і надавати консультаційні послуги, виконувати роботи контрольно-ревізійних груп, створення системи автоматизованих робочих місць маркетолога, впровадження прогресивних форм і методів маркетингової діяльності
ФК18	Здатність до оволодіння теоретичними основами та практичними навиками щодо організації та функціонування маркетингових агенцій в розрізі видів маркетингових послуг, які вони надають
ФК19	Здатність теоретично обґрунтовувати методологію та методику маркетингової політики підприємства та процедури її вибору, складати розпорядчі документи щодо організації маркетингової діяльності на підприємствах

7– Програмні результати навчання

Знання та розуміння:

ПРН 1	Методичні знання фундаментальних розділів математики в обсязі, необхідному для застосування економіко-математичних методів у обраній професії.
ПРН 2	Ілюструвати результати проведених досліджень перед аудиторією та організувати їх обговорення. Проявляти самостійність і відповідальність у роботі, професійну повагу до етичних принципів, демонструвати повагу до індивідуального та культурного різноманіття
ПРН 3	Здатність продемонструвати знання та навички контролю за дотриманням нормативних актів з методології маркетингової діяльності, збереженням і ефективним використанням ресурсів суб'єктів господарювання.
ПРН 4	Значення облікової, аналітичної, контрольної, податкової та статистичної систем в інформаційному забезпеченні користувачів маркетингово-аналітичної інформації у вирішенні проблем в сфері соціальної, економічної і екологічної відповідальності підприємств, установ, організацій
ПРН 5	Сутність об'єктів обліку, аналізу, контролю, аудиту та розуміти їх роль і місце в маркетинговій діяльності
ПРН 6	Формування та аналіз фінансової, управлінської, податкової і статистичної звітності підприємств, установ, організацій; інтерпретування отриманої інформації для прийняття управлінських рішень
ПРН 7	Методичний інструментарій обліку, аналізу, контролю, аудиту маркетингової діяльності підприємств
ПРН 8	Розуміння особливостей практики здійснення обліку, аналізу, контролю, аудиту маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій різних форм власності, організаційно-правових форм господарювання та видів економічної діяльності
ПРН 9	Механізм функціонування бюджетно-податкової системи України та враховувати її особливості з метою організації маркетингового обліку та формування звітності на підприємствах
ПРН 10	Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві трансформаційним процесам в економіці.
ПРН 11	Здатність володіти навичками роботи з комп'ютером, використовувати інформаційні технології для здійснення маркетингових процедур із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій
ПРН 12	Здатність нести відповідальність за розвиток професійних знань та демонструвати вправність у володінні іноземною діловою мовою
ПРН 13	Дотримуватися здорового способу життя, виявляти турботу про здоров'я і безпеку життєдіяльності співробітників, прагнення до збереження навколишнього середовища

Застосування знань та розуміння (уміння):

ПРН 14	Використовувати теоретичні, організаційні та методичні засади маркетингу
ПРН 15	Використовувати знання та розуміння спеціальних розділів на вибір студента: маркетинг в галузях економіки, маркетинг в зарубіжних країнах, маркетинг зовнішньоекономічної діяльності, міжнародний маркетинг, маркетинг у банках, маркетинг в бюджетних установах з метою майбутньої спеціалізації та освоєння міждисциплінарних підходів.
ПРН 16	Визначати напрями підвищення ефективності формування фінансових ресурсів, їх розподілу та контролю використання на рівні держави та підприємств різних організаційно-правових форм власності
ПРН 17	Застосовувати спеціалізовані інформаційні системи і комп'ютерні технології для маркетингової діяльності

ПРН 18	Усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння його ринкового позиціонування
Формування суджень:	
ПРН 19	Демонструвати навички володіння загальнонауковими та спеціальними методами дослідження економічних явищ і процесів суб'єктів господарювання, підприємств (організацій) банківської та бюджетної сфери
ПРН 20	Обґрунтовувати ефективність прийняття рішення з використанням маркетингового-аналітичної інформації та розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством
ПРН 21	Володіти та застосовувати знання української мови, іноземної мови для формування ділових паперів і спілкування у професійній діяльності
ПРН 22	Аналізувати розвиток системи і моделей маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях з урахуванням професійного світогляду
ПРН 23	Виконувати професійні функції з урахуванням безпеки життєдіяльності, соціального захисту населення
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної, творчої та фахової роботи, іноземні лектори.
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальні приміщення, комп'ютерні робочі місця, мультимедійні класи дозволяють повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньою програмою.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://knutd.com.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми викладені Модульному середовищі освітнього процесу КНУТД: https://msnp.knutd.edu.ua . Всі ресурси науково-технічної бібліотеки доступні через сайту університету: http://knutd.edu.ua/university/library/ . Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Електронний репозитарій наукової бібліотеки КНУТД містить понад 6 тисяч найменувань наукових праць: http://er.knutd.edu.ua .
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Передбачає можливість національної кредитної мобільності за деякими освітніми компонентами, що забезпечують набуття загальних або фахових компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	Мобільність студентів організовується на підставі партнерської угоди про співробітництво із зарубіжними університетами про участь у міжнародних освітніх програмах, які дають можливість: одержати додаткові знання у суміжних галузях науки; удосконалювати рівень володіння іноземною мовою; ознайомитися із зарубіжною культурою, історією; одержати диплом зарубіжного університету.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Основні навчальні модулі забезпечені навчально-методичним комплексами для іноземних студентів російською та англійською мовами.