ПРОЄКТ

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет

технологій та дизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

**Голова Вченої ради КНУТД**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Іван Грищенко**

(протокол від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р. №\_)

**ОСВІТНЬО-професійна ПРОГРАМА**

**МАРКЕТИНГ**

**Рівень вищої освіти** перший (бакалаврський)

**Ступінь вищої освіти** бакалавр

**Галузь знань** 07 Управління та адміністрування

**Спеціальність** 075 Маркетинг

**Кваліфікація** бакалавр маркетингу

Київ 2021 р.

Лист погодження

Освітньо-професійної програми

**МАРКЕТИНГ**

**Рівень вищої освіти** \_\_\_\_\_\_\_перший (бакалаврський)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Ступінь вищої освіти** \_\_\_\_\_бакалавр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Галузь знань** \_\_\_\_\_\_07 Управління та адміністрування\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Спеціальність** \_\_\_\_\_ 075 Маркетинг\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Оксана Моргулець**

(дата) (підпис)

**Схвалено Вченою радою факультету** **економіки та бізнесу**

Протокол від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Декан факультету економіки та бізнесу**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Олександра ОЛЬШАНСЬКА**

(дата) (підпис)

**Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри** **маркетингу та комунікаційного дизайну**

Протокол від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року № \_\_\_\_

**Завідувач кафедри** **маркетингу та комунікаційного дизайну**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Юлія КОСТИНЕЦЬ**

(дата) (підпис)

**Гарант освітньої програми**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Юлія ЗИМБАЛЕВСЬКА**

(дата) (підпис)

Введено в дію наказом КНУТД від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_.

Передмова

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

роЗРОБНИКИ:

Гарант освітньої програми: Зимбалевська Юлія Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.

Члени робочої групи:

Євсейцева Олена Сергіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.

Пономаренко Ігор Віталійович, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.

Тиводар Влада Василівна, студентка факультету економіки та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну.

**РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**:

1. Кисіль Валентина Олександрівна, менеджер з маркетингу, ТОВ «Гера» (м. Київ);
2. Глазкова Катерина Олександрівна, PR спеціаліст, маркетингове агентство ClickDealer (м. Київ);
3. Чікалова Валерія Валеріївна, старший спеціаліст з цифрових комунікацій відділу маркетингу, компанія PepsiCO (м. Київ);
4. Боровенко Анна Дмитрівна, провідний фахівець відділу маркетингу ПрАТ СК «ПЗУ Україна» та ПрАТ СК «ПЗУ Україна страхування життя» (Небанківська фінансова група «ПЗУ Україна», м. Київ);
5. Артем’єва Анна Олегівна, маркетолог, ТОВ «Бойко-Сорт» (м. Київ);
6. Печура Альона, Інтернет-маркетолог, Інтернет-магазин Myhomedecor.com.ua (м. Київ).

**1.** **Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1 - Загальна інформація** | | | | | |
| **Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу** | | | | | Київський національний університет технологій та дизайну.  Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну. |
| **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 |
| **Тип диплому та обсяг освітньої програми** | | | | | Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС/  180 кредитів ЄКТС за скороченим терміном навчання. |
| **Наявність акредитації** | | | | | Сертифікат про акредитацію освітньої програми від 08.01.2019 УД № 11005977 |
| **Цикл/рівень** | | | | | Національна рамка кваліфікацій України – шостий рівень |
| **Передумови** | | | | | Повна загальна середня освіта, фахова передвища освіта або ступінь молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста).  Відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю на базі ступеня молодшого бакалавра (ОКР молодшого спеціаліста). Університет визнає та перезараховує кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). |
| **Мова викладання** | | | | | Українська |
| **Термін дії освітньої програми** | | | | | До 01.07. 2024 р. |
| **Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми** | | | | | <http://knutd.edu.ua/ekts/> |
| **2 - Мета освітньої програми** | | | | | |
| Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють глибокими знаннями, а також базовими й професійними компетентностями в галузі маркетингу, що направлені на вирішення завдань, пов’язаних 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.  Основними цілями програми є: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. | | | | | |
| **3 - Характеристика освітньої програми** | | | | | |
| **Предметна область** | | | Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності.  Обов’язкові навчальні освітні компоненти – 75%, з них: дисципліни загальної підготовки – 30%, професійної підготовки – 44%, практична підготовка – 13%, вивчення іноземної мови – 13%. Дисципліни вільного вибору студента – 25% обираються із загальноуніверситетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті. | | |
| **Орієнтація освітньої програми** | | | Освітньо-професійна для підготовки бакалавра. | | |
| **Основний фокус освітньої програми** | | | Акцент робиться на розвитку професійних компетентностей у сфері маркетингу; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів. Освітня програма формує управлінський стиль мислення, який ґрунтується на засадах концепції маркетингу та поточних ринкових умовах функціонування підприємства. | | |
| **Особливості освітньої програми** | | | Оволодіння основними теоретично-прикладними аспектами маркетингової діяльності, які ґрунтуються на принципах та методах дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища функціонування з метою підвищення конкурентоспроможності окремо взятого підприємства, установи та організації будь-якої форми власності та виду економічної діяльності. | | |
| **4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання** | | | | | |
| **Придатність до працевлаштування** | | | Випускник є придатним для працевлаштування на підприємствах, в організаціях та установах будь-якої форми власності та виду економічної діяльності. Бакалавр маркетингу може обіймати первинні посади (менеджер-маркетолог, консультант з маркетингу, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту, фахівець зі зв'язків із громадськістю та пресою, фахівець-аналітик із дослідження товарного ринку) 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 проєктних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах. | | |
| **Подальше навчання** | | | Можливість навчання за освітньо-науковою та/або освітньо-професійною програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. | | |
| **5 – Викладання та оцінювання** | | | | | |
| **Викладання та навчання** | | | Використовується студентоцентроване та проблемноорієнтоване навчання, навчання через навчальну та виробничу практику та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти.  Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне, лабораторне заняття, практична підготовка, самостійна робота, консультація, розробка курсових робіт. | | |
| **Оцінювання** | | | Усні та письмові екзамени, тестування, есе, презентації, звіти, контрольні роботи, курсові роботи, портфоліо. | | |
| **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)** | | | 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. | |
| 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. | |
| ЗК3 | Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. | |
| ЗК4 | Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. | |
| ЗК5 | Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків. | |
| ЗК6 | Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. | |
| ЗК7 | Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. | |
| ЗК8 | Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. | |
| ЗК9 | Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. | |
| ЗК10 | Здатність спілкуватися іноземною мовою. | |
| ЗК11 | Здатність працювати в команді. | |
| ЗК12 | Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). | |
| ЗК13 | Здатність працювати в міжнародному контексті. | |
| ЗК14 | Здатність діяти соціально відповідально та свідомо | |
| ЗК15 | Здатність генерувати нові ідеї (креативність, бути критичним і самокритичним. | |
| ЗК16 | Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети. | |
| **Фахові компетентності (ФК)** | | | ФК1 | Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. | |
| ФК2 | Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. | |
| ФК3 | Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. | |
| ФК4 | Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. | |
| ФК5 | Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. | |
| ФК6 | Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. | |
| ФК7 | Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб’єктів. | |
| ФК8 | Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. | |
| ФК9 | Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. | |
| ФК10 | Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. | |
| ФК11 | Здатність аналізувати поведінку ринкових суб’єктів та визначати особливості функціонування ринків. | |
| ФК12 | Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. | |
| ФК13 | Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб’єкта в крос-функціональному розрізі. | |
| ФК14 | Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. | |
| ФК15 | Здатність організовувати і надавати консультаційні послуги, виконувати роботи контрольно-ревізійних груп, створювати системи автоматизованих робочих місць маркетолога, впроваджувати прогресивні форми і методи маркетингової діяльності. | |
| ФК16 | Здатність до організації та функціонування маркетингових агенцій в розрізі видів маркетингових послуг, які вони надають. | |
| ФК17 | Здатність складати розпорядчі документи щодо організації маркетингової діяльності на підприємствах. | |
|  | | | ФК18 | 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. | |
| **7– Програмні результати навчання Я не розу** | | | | | |
| **Знання та розуміння:** | | | | | |
| ПРН 1 | Знати фундаментальні розділи математики в обсязі, необхідному для застосовування економіко-математичних методів у обраній професії. | | | | |
| ПРН 2 | Розуміти 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. | | | | |
| ПРН 3 | Знати сутність об’єктів обліку, аналізу, контролю, аудиту та розуміти їх роль і місце в маркетинговій діяльності. | | | | |
| ПРН 4 | Розуміти методичний інструментарій обліку, аналізу, контролю, аудиту маркетингової діяльності підприємств. | | | | |
| ПРН 5 | Розуміти особливості практики здійснення обліку, аналізу, контролю, аудиту маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій різних форм власності, організаційно-правових форм господарювання та видів економічної діяльності. | | | | |
| ПРН 6 | Знати механізм функціонування бюджетно-податкової системи України та враховувати її особливості з метою організації маркетингового обліку та формування звітності на підприємствах. | | | | |
| **Застосування знань та розумінь (уміння):** | | | | | |
| ПРН 7 | Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. | | | | |
| ПРН 8 | Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. | | | | |
| ПРН 9 | Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. | | | | |
| ПРН 10 | Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. | | | | |
| ПРН 11 | 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. | | | | |
| ПРН 12 | Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. | | | | |
| ПРН 13 | Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів. | | | | |
| ПРН 14 | Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта. | | | | |
| ПРН 15 | Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. | | | | |
| ПРН 16 | Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. | | | | |
| ПРН 17 | Визначати напрями підвищення ефективності формування фінансових ресурсів в результаті ефективної маркетингової діяльності, їх розподілу та контролю використання на рівні підприємства. | | | | |
| ПРН18 | Формувати та аналізувати фінансову, управлінську, податкову і статистичну звітність підприємств, установ, організацій; інтерпретувати отриману інформацію для прийняття управлінських рішень. | | | | |
| ПРН 19 | Демонструвати знання та навички контролю за дотриманням нормативних актів з методології маркетингової діяльності, збереженням і ефективним використанням ресурсів суб’єктів господарювання. | | | | |
| ПРН 20 | Демонструвати професійні функції з урахуванням безпеки життєдіяльності, соціального захисту населення. | | | | |
| **Формування суджень:** | | | | | |
| ПРН 21 | Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. | | | | |
| ПРН 22 | Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. | | | | |
| ПРН 23 | Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. | | | | |
| ПРН 24 | Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта. | | | | |
| ПРН 25 | Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. | | | | |
| ПРН 26 | Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. | | | | |
| ПРН 27 | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. | | | | |
| ПРН 28 | Виконувати функціональні обов’язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. | | | | |
| ПРН 29 | Обґрунтовувати ефективність прийняття рішення з використанням маркетингового-аналітичної інформації та розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством. | | | | |
| ПРН 30 | Аналізувати розвиток системи і моделей маркетингової діяльності на національному та міжнаціональному рівнях з урахуванням професійного світогляду. | | | | |
| **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми** | | | | | |
| **Кадрове забезпечення** | | Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітню програму за кваліфікацією, відповідають профілю і напряму освітніх компонентів, що викладаються; мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької/управлінської/інноваційної/ творчої роботи та/або роботи за фахом. | | | |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | | Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам. | | | |
| **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення** | | Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету. | | | |
| **9 – Академічна мобільність** | | | | | |
| **Національна кредитна мобільність** | | Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньої програми, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей. | | | |
| **Міжнародна кредитна мобільність** | | Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном. Виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом» з університетами Польщі. | | | |
| **Навчання іноземних здобувачів вищої освіти** | | Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами. | | | |

**2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність**

2.1 Перелік компонентів освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код н/д | Компоненти освітньої програми  (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
| **Обов’язкові компоненти ОП** | | | |
| Цикл загальної підготовки | | | |
| ОК 1 | Українська та зарубіжна культура | 3 | залік |
| ОК 2 | Іноземна мова | 12 | екзамен |
| ОК 3 | Ділова українська мова | 3 | залік |
| ОК 4 | Філософія, політологія та соціологія | 6 | екзамен |
| ОК 5 | Іноземна мова фахового спрямування | 12 | екзамен |
| ОК 6 | Вища та прикладна математика | 9 | екзамен |
| ОК 7 | Фізичне виховання\* | 3/9 | залік |
| Всього з циклу | | 48 | |
| Цикл професійної підготовки | | | |
| ОК 8 | Вступ до спеціальності 075 | 3 | екзамен |
| ОК 9 | Мікро- та макроекономіка | 6 | екзамен |
| ОК 10 | Основи підприємництва | 6 | екзамен |
| ОК 11 | Економіка підприємства | 6 | екзамен |
| ОК 12 | Теорія державного управління | 3 | залік |
| ОК 13 | Менеджмент | 3 | екзамен |
| ОК 14 | Маркетинг | 6 | екзамен |
| ОК 15 | Фінанси | 3 | екзамен |
| ОК16 | Статистика | 3 | екзамен |
| ОК 17 | Організація бізнесу у сфері послуг | 3 | екзамен |
| ОК 18 | Управління поведінкою споживачів | 3 | екзамен |
| ОК 19 | Економіко-математичні методи та моделі | 6 | екзамен |
| ОК 20 | Облік і оподаткування | 3 | екзамен |
| ОК 21 | CRM-системи в бізнесі | 3 | екзамен |
| ОК 22 | Маркетингові дослідження | 6 | екзамен |
| ОК 23 | Міжнародна економіка | 3 | екзамен |
| ОК 24 | Звітність та аналітичні методи обробки інформації | 3 | екзамен |
| ОК 25 | Логістика | 3 | екзамен |
| ОК 26 | Міжнародний маркетинг | 3 | екзамен |
| ОК 27 | Маркетингові комунікації та медіапланування | 6 | екзамен |
| ОК 28 | Маркетингове ціноутворення | 3 | екзамен |
| ОК 29 | Маркетингова товарна політика | 3 | екзамен |
| ОК 30 | Інтернет-маркетинг та електронна комерція | 6 | екзамен |
| ОК 31 | Реклама та паблік рілейшинз | 3 | екзамен |
| ОК 32 | Маркетингова політика розподілу | 3 | залік |
| ОК 33 | Товарна інноваційна політика | 3 | залік |
| ОК 34 | Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків | 3 | залік |
| ОК 35 | Міждисциплінарний фаховий курсовий проект | 3 | екзамен |
| ОК 36 | Навчальна практика | 12 | залік |
| ОК 37 | Виробнича практика | 12 | залік |
| Всього з циклу | | 132 | |
| **Загальний обсяг обов’язкових компонент** | | **180** | |
| **Вибіркові компоненти освітньої програми** | | | |
| ДВВС | Дисципліни вільного вибору студента | 60 | залік |
| **Загальний обсяг вибіркових компонент** | | **60** | |
| **ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ** | | **240** | |

\* – позакредитна дисципліна у 2, 3, 4 семестрах.

**2.2. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

**зі спеціальності 075 Маркетинг**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1семестр 1 курс |  | | | 2семестр 1 курс |  | 3семестр 2курс |  | | 4семестр 2 курс | | |  | | 5семестр 3 курс | |  | | | | 6семестр 3 курс | | |  | | 7семестр 4 курс | |  | | | | 8семестр 4 курс | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Іноземна мова | | | | | | | | | | | |  | | Іноземна мова фахового спрямування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Вища та прикладна математика | | | | |  | Статистика |  | | Економіко-математичні методи та моделі | | | | | | | |  | | | | | |  | |  | |  | | | | Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Філософія, політологія та соціологія | | | | |  | Менеджмент |  | | Організація бізнесу в сфері послуг | |  | | | Міжнародна економіка | | |  | | | | | |  | | Міжнародний маркетинг | | |  | | | | Інтернет-маркетинг та електронна комерція | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Вступ до спеціальності 075 |  | | | Основи підприємництва |  | Маркетинг |  | | Управління поведінкою споживача | |  | | | Маркетингові дослідження | | |  | | | |  | |  | | Маркетингові комунікації та медіапланування | |  | | | | Реклама та паблік рілейшинз | | | | |
|  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
|  | | |  |  | Фінанси |  | |  | |  | | | Облік і оподаткування | |  | | | | Звітність та аналітичні методи обробки інформації | | |  | | Маркетингове ціноутворення | |  | | | | Маркетингова політика розподілу | | | | |
|  | | | Економіка підприємства |  |  | |  | | |  | | | |  | |  | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Макро- та мікроекономіка |  | | | Теорія державного управління |  |  | |  | |  |  | | | CRM-системи в бізнесі | | | |  | | | Логістика | |  | | Маркетингова товарна політика | |  | | | | Товарна інноваційна політика | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Ділова українська мова |  | | | **Навчальна практика** |  |  |  | | **Навчальна практика** | |  | | |  | |  | | | | **Виробнича практика** | | |  | |  | |  | | | | **Виробнича практика** | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Українська та зарубіжна культура |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | | Міждисциплінарний курсовий проект | | | | | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | | | |  | | |  | |  | |  | | | |  | | | | |
| Фізичне виховання |  | | |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |
|  |  | | |  |  | ДВВС 1, 2 |  | | ДВВС 3, 4 | | |  | ДВВС 5, 6 | |  | | | | | | | ДВВС 7, 8 | |  | | ДВВС 9, 10 | | |  | | | | | | |
|  |  | | |  |  |  |  | |  | | |  | |  |  | | | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | | |  | |  | | |
|  | |  | Фізичне виховання | | | | | | | | |  | |  | |  | | | |  | | |  | |  | | |  | | |  | | |  | | |

**3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

|  |  |
| --- | --- |
| **Форми атестації здобувачів вищої освіти** | Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі атестаційного екзамену. |
| **Документ про вищу освіту** | Диплом бакалавра із присвоєнням освітньої кваліфікації: бакалавр маркетингу (освітня програма «Маркетинг») |

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ЗК1** | **ЗК2** | **ЗК3** | **ЗК4** | **ЗК5** | **ЗК6** | **ЗК7** | **ЗК8** | **ЗК9** | **ЗК10** | **ЗК11** | **ЗК12** | **ЗК13** | **ЗК14** | **ЗК15** | **ЗК16** | **ФК1** | **ФК2** | **ФК3** | **ФК4** | **ФК5** | **ФК6** | **ФК7** | **ФК8** | **ФК9** | **ФК10** | **ФК11** | **ФК12** | **ФК13** | **ФК14** | **ФК15** | **ФК16** | **ФК17** | **ФК18** |
| **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** |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 33** |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  | + | + |  |
| **ОК 34** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |
| **ОК 35** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |
| **ОК 36** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |
| **ОК 37** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ПРН1** | **ПРН2** | **ПРН3** | **ПРН4** | **ПРН5** | **ПРН6** | **ПРН7** | **ПРН8** | **ПРН9** | **ПРН10** | **ПРН11** | **ПРН12** | **ПРН13** | **ПРН14** | **ПРН15** | **ПРН16** | **ПРН17** | **ПРН18** | **ПРН19** | **ПРН20** | **ПРН21** | **ПРН22** | **ПРН23** | **ПРН24** | **ПРН25** | **ПРН26** | **ПРН27** | **ПРН28** | **ПРН29** | **ПРН30** |
| **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** |  |  |  | + | + | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |
| **ОК 32** |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |
| **ОК 33** |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |
| **ОК 34** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |
| **ОК 35** |  |  |  |  |  |  |  | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |
| **ОК 36** |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 37** |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |