


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТОВ «БЕРДЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ»

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА  
МАРКЕТИНГ

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
освітня кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

  
*Л.І. Антошкіна* / Л.І. Антошкіна/  
(протокол № 8 від «21» 04 2021 р.)

Освітня програма вводиться в дію з

«01» 09 2021 р.

(наказ № 18 від «21» 04 2021 р.)

м. Бердянськ, 2021 рік

ЛИСТ — ПОГОДЖЕННЯ  
освітньої програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої  
освіти спеціальності 075 Маркетинг

“ПОГОДЖЕНО”

Проректор з науково-педагогічної та  
наукової роботи ТОВ “Бердянський  
університет менеджменту і бізнесу”



Наталія РУНЧЕВА

2021 р.

“ПОГОДЖЕНО”

Завідувач кафедри Економіки і фінансів  
ТОВ “Бердянський університет  
менеджменту і бізнесу”



Юлія ЮРЧЕНКО

2021 р.

“ПОГОДЖЕНО”

Здобувач першого (бакалаврського) рівня  
вищої освіти, спеціальності 075 “Маркетинг,  
ТОВ Бердянський університет менеджменту  
і бізнесу”

Валентин НІКІТЕНКО

17 березня 2021 р.

“ПОГОДЖЕНО”

Директор фермерського господарства  
“Орхідея” Бердянський р-н, с.  
Шевченкове



Геннадій КЛИМЕНКО

2021 р.

“ПОГОДЖЕНО”

Директор ТОВ “Кіборгнет”,  
Приморський р-н, с.Зеленівка



Руслан ДОНСВ

15 березня 2021 р.

## РЕЦЕНЗІЯ

зовнішнього стейкхолдера на освітню програму «Маркетинг»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
галузі знань 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг

Сьогодні підприємства все гостріше відчувають потребу в професійних маркетологах, оскільки конкуренція на всіх рівнях загострюється, що вимагає якісно нових підходів до вирішення управлінських питань. Тому сучасні освітні програми повинні включати влучну комбінацію використання фундаментальних теоретичних знань з можливостями формування практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу. Загострення конкуренції на національному та міжнародному рівнях викликає необхідність підготовки молодих фахівців у сфері маркетингу за оригінальною моделлю класичної університетської освіти. Вона передбачає поєднання фундаментальних теоретичних знань з формуванням практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу.

Освітня програма «Маркетинг» першого бакалаврського рівня включає в себе: загальну інформацію, опис предметної області освітньої програми, академічні права здобувачів освіти, програмні компетентності, програмні результати навчання, перелік компонентів ОП та їх логічна послідовність, структурно-логічну схему освітньої програми, форму атестації здобувачів вищої освіти, вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, матрицю відповідності результатів навчання та компетентностей, матрицю забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) з відповідними компонентами освітньої програми.

Програмні компетентності фахівця сформовані в ОПП як комбінація знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей і визначають здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність. Ми маємо потребу у підготовці фахівців цієї спеціальності.

Програмні результати навчання ОП є важливим як для успішної подальшої професійної та соціальної діяльності здобувача в різних галузях так і для його особистісного розвитку. Навчальний план підготовки освітньої програми повністю відповідає завданням ОП. Підготовка здобувачів вищої освіти за даною освітньою програмою буде відповідати європейським стандартам і забезпечить високий рівень фахівців з маркетингу в Україні, які так необхідні нашій державі в сучасних складних соціально-економічних умовах.

З урахуванням вищезазначеного вважаємо, що рецензовану освітню програму «Маркетинг» можна рекомендувати для підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг.

Стейкхолдер:  
Директор ФГ «Орхідея»



Г.Я. Клименко

## ПЕРЕДМОВА

**Освітня програма розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН від 05.12.2018 р. № 1343.**

Робоча група кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу:

1. Бритвенко А.С. – гарант освітньої програми, керівник робочої групи, доцент кафедри економіки і фінансів, кандидат економічних наук, доцент.
2. Добренко О.О. – доцент кафедри економіки і фінансів, кандидат економічних наук.
3. Сільченко І.А. – старший викладач кафедри економіки і фінансів.

Рецензії-відгуки зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів:

1. Донєв Руслан – директор ТОВ «Кіборгнет», Запорізька область, Приморський р-й, село Зеленівка.
2. Клименко Геннадій – директор фермерського господарства «Орхідея», Запорізька область, Бердянський р-н, село Шевченкове.
3. Нікітенко В.В. – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг».

## II Загальна характеристика

<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07 – Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075 – Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Обмеження відсутні
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр з маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти «Бакалавр» Спеціальність 075 – «Маркетинг» Освітня програма Маркетинг
<b>Опис предметної області</b>	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Академічні права</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми. Бакалавр з маркетингу може обіймати первинні посади на підприємствах різного профілю та рівня, в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах, зокрема у підрозділах: маркетингу, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, збуту, реклами, паблік рилейшнз та інших.</p> <p>Професійні групи та назви робіт, які здатен виконувати бакалавр з маркетингу.</p> <p>КОД КП ПРОФЕСІЙНА НАЗВА РОБОТИ 3415 Агент комерційний</p>

	<p>3429 Агент рекламний</p> <p>3415 Агент торговельний</p> <p>3449 Державний інспектор з ринкового нагляду</p> <p>3411 Дилер</p> <p>3449 Інспектор державний з якості товару та торгівлі</p> <p>3442 Інспектор з контролю за цінами</p> <p>3419 Інспектор-товарознавець</p> <p>3415 Мерчендайзер</p> <p>3419 Організатор з постачання</p> <p>3419 Організатор зі збуту</p> <p>3415 Представник торговельний</p> <p>3419 Торговець (власність)</p> <p>3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)</p> <p>3415 Торговець комерційний</p> <p>3415 Торговець промисловий</p>
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу» та навчальними закладами країн-партнерів.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Бердянським університетом менеджменту і бізнесу та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів, зокрема, угодами про співпрацю з університетами Польщі. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у програмах проекту Еразмус + та Еразмус Мундус.
<b>Оцінювання</b>	Екзамени, диференційовані заліки, есе, презентації, опитування, контрольне тестування, захист звіту з практики, захист кваліфікаційної роботи.
<b>Викладання та навчання</b>	За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (роз'яснювальна-ілюстративні), активні (проблемні, інтерактивні, проектні, ділові ігри, проблемні ситуації, групова і парна робота, дискусії, тренінги, із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проектів, «мозкового штурму» та генерації ідей, проектів, кейси, імітаційний тренінг) тощо. Поєднання лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, інтерактивних форм навчання, застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій на основі Інтернету, практичного досвіду, прикладів діяльності конкретних підприємств тощо. За організаційними формами: дистанційного, колективного та інтегративного навчання. За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці. Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, підготовку наукових праць (статей, доповідей (виступів) на наукових та науково-практичних конференціях), залучення студентів до виконання розділів науково-дослідницьких робіт на кафедрі.
<b>Оцінювання здобувачів освіти</b>	Тестування, опитування, дискусії, презентації, письмові есе, психолого-педагогічні характеристики, самоконтроль та

	самооцінка, контрольні роботи, звіти про практику, захист курсових робіт, усні та письмові екзамени, виконання та захист кваліфікаційної роботи. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.bumib.edu.ua">http://www.bumib.edu.ua</a>

### III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний ступінь, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки. Обсяг освітньої програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти: 240 кредитів ЄКТС; - на базі молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра) – 120-180 кредитів ЄКТС. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
--	--

### IV Перелік компетентностей випускника

<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності</b>	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

	<p>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>
<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності</b></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в 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> <p>СК15. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.</p>



## **V Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

## **VI Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та атестаційного екзамену
--	--

<b>Вимоги до атестаційного екзамену</b>	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньою програмою закладу вищої освіти. Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньою програмою закладу вищої освіти.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

## **VII Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

У закладах вищої освіти повинна функціонувати система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

## VIII Перелік нормативних документів, на яких базується

### Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

### Корисні посилання:


7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – [http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

#### Рекомендовано

Вченою радою факультету економіки, управління та інформаційних технологій

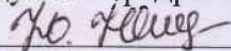
Протокол від « 19 » 04 2021 року № 9

Декан факультету економіки, управління та інформаційних технологій

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

к.е.н., доцент Оксана ГОРЯЧА  
(ініціали та прізвище)

Завідувач кафедри економіки і фінансів

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

д.е.н., доцент Юлія ЮРЧЕНКО  
(ініціали та прізвище)

(підпис)

(ініціали та прізвище)

## Пояснювальна записка

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам  
НРК (за 6-м рівнем, бакалаврським)

Класифікація компетентностей за НРК	<b>Знання</b> <b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень <b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	<b>Уміння</b> <b>Ум1</b> Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	<b>Комунікація</b> <b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	<b>Автономія та відповідальність</b> <b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Загальні компетентності</b>				
ЗК 1				АВ2
ЗК 2				АВ2
ЗК 3	ЗН1	УМ1	К1	
ЗК 4		УМ1		
ЗК 5			К2	АВ1
ЗК 6	ЗН2			
ЗК 7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК 8		УМ1		
ЗК 9		УМ1		
ЗК 10			К1	
ЗК 11			К2	АВ1
ЗК 12			К2	
ЗК 13	ЗН2	УМ1		
ЗК 14		УМ1		АВ2
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>				
СК 1	ЗН1		К1	
СК 2	ЗН2	УМ1	К1	
СК 3		УМ1	К1	
СК 4	ЗН2		К1	АВ2
СК 5	ЗН2	УМ1		
СК 6	ЗН2	УМ1	К1	
СК 7	ЗН2	УМ1	К1	
СК 8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК 9	ЗН1		К1	
СК 10	ЗН1	УМ1		
СК 11	ЗН2	УМ1	К1	
СК 12		УМ1	К2	АВ1
СК 13		УМ1	К1	АВ1
СК 14		УМ1	К1	АВ1
СК 15		УМ1	К1	АВ1
СК 16		УМ1	К1	АВ1

**Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей  
(6-й рівень, бакалаврський)**

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Компетентності																														
		Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності																
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15		
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	+						+									+	+												+			
P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	+			+			+	+	+	+								+										+			+	
P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	+							+					+						+								+	+				+
P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обгрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	+								+	+									+			+	+								+	+
P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	+			+			+															+	+							+	+	
P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	+			+			+	+	+																						+	





## 2.1. Перелік компонент освітньої програми на базі повної загальної середньої освіти

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкова частина</b>			
<i>1.1. Цикл загальної підготовки</i>			
ЗП 1.	Українська мова за професійним спрямуванням	3	Екзамен
ЗП 2.	Історія України	3	Екзамен
ЗП 3.	Аналітична економіка	3	Екзамен
ЗП 4.	Фізичне виховання (позакредитна дисципліна)	4,5	Залік
ЗП 5.	Філософія	3	Екзамен
ЗП 6.	Політекономія	5	Екзамен, курсова робота
ЗП 7.	Мікроекономіка	4	Екзамен
ЗП 8.	Макроекономіка	4	Екзамен
ЗП 9.	Історія економіки та економічної думки	5	Екзамен
ЗП 10.1	Вища математика	8	Залік, екзамен
ЗП 10.2	Теорія ймовірностей та математична статистика	5	Екзамен
ЗП 11.1	Оптимізаційні методи та моделі	3	Екзамен
ЗП 11.2	Економетрія	4	Екзамен
ЗП 12.	Правознавство	4	Екзамен
ЗП 13.	Безпека життєдіяльності	3	Екзамен
ЗП 14.	Інформаційні системи і технології	5	Залік, екзамен
	<b>Всього за цикл:</b>	<b>62</b>	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
ПП 1.	Економіка підприємства	4	Екзамен
ПП 2.	Менеджмент	4	Екзамен
ПП 3.	Маркетинг	10	Залік, Екзамен курсова робота
ПП 4.	Гроші та кредит	4	Екзамен
ПП 5.	Фінанси	4	Екзамен
ПП 6.	Бухгалтерський облік	4	Екзамен
ПП 7.	Статистика	4	Екзамен
ПП 8.	Поведінка споживача	6	Екзамен
ПП 9.	Логістика	5	Екзамен
ПП 10.	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен
ПП 11.	Маркетинг промислового підприємства	6	Екзамен
ПП 12.	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ПП 13.	Маркетинг послуг	4	Екзамен
ПП 14.	Маркетингові дослідження	7	Екзамен, курсова робота
ПП 15.	Введення у спеціальність	4	Диф.залік
ПП 16.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік, Екзамен
ПП 17.	Економіка праці й соціально-трудові відносини	4	Екзамен
ПП 18.	Міжнародні економічні відносини	4	Екзамен
ПП 19.	Виробнича практика	6	Диф.залік
ПП 20.	Переддипломна практика	3	Диф.залік
ПП 21.	Підготовка кваліфікаційної роботи	15	
ПП 22.	Комплексний кваліфікаційний екзамен	3	Екзамен
	<b>Всього за цикл:</b>	<b>118</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>180</b>	



<b>Вибіркова частина</b>			
<b>Вибірковий блок загальний 1-3 (ВБЗ)</b>			
<b>Обирає один блок, або 4 навчальні дисципліни із запропонованих</b>			
ВБЗ 1.	Блок «Політологія II»	12	Диф.залік
ВБЗ 2.	Блок «Філософія II»	12	Диф.залік
ВБЗ 3.	Блок «Гуманітарний»	12	Диф.залік
<b>Вибірковий блок загальний 4 -6 (ВБЗ)</b>			
<b>Обирає один блок, або 4 навчальні дисципліни із запропонованих</b>			
ВБЗ 4.	Блок «Економіко-математичні методи та моделі II»	12	Диф.залік
ВБЗ 5.	Блок «Інформатика II»	12	Диф.залік
ВБЗ 6.	Блок «Аналітичний»	12	Диф.залік
<b>Всього за вибірковий блок загальний</b>		<b>24</b>	
<b>Вибірковий блок професійний 1-6 (ВБП)</b>			
<b>Обирає один блок, або 4 навчальні дисципліни із запропонованих</b>			
ВБП 1.	Блок «Маркетинг II»	12	Диф.залік
ВБП 4.	Блок «Бухгалтерський облік II»	12	Диф.залік
<b>Обирає один блок, або 4 навчальні дисципліни із запропонованих</b>			
ВБП 2.	Блок «Комерційна діяльність»	12	Диф.залік
ВБП 5.	Блок «Основи бізнесу»	12	Диф.залік
<b>Обирає один блок, або 4 навчальні дисципліни із запропонованих</b>			
ВБП 3.	Блок «Фінанси II»	12	Диф.залік
ВБП 6.	Блок «Менеджмент II»	12	Диф.залік
<b>Всього за вибірковий блок професійний:</b>		<b>36</b>	
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми:</b>		<b>240</b>	

### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Завершальним етапом навчання здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» є підсумкова атестація.

Підсумкова атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності рівня та обсягу знань, умінь та компетентностей здобувача вищої освіти, яка навчається за освітньою програмою, вимогам стандартів вищої освіти.

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня «бакалавра» із присвоєнням кваліфікації бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Підсумкова атестація проводиться після закінчення підготовки на певному ступені з метою оцінки знань та фактичної підготовленості до роботи за фахом відповідно до вимог освітньо-професійної програми. Підсумкову атестацію на рівні бакалавра здійснює Екзаменаційна комісія. До складання кваліфікаційного екзамену допускаються здобувачі освіти, які виконали всі вимоги навчального плану.

Атестаційний екзамен проводиться як комплексна перевірка знань здобувачів професійно-орієнтованої теоретичної підготовки за білетами, складеними у повній відповідності до програми підсумкової атестації.

Екзаменаційний білет для проведення кваліфікаційного екзамену включає в себе теоретичний блок, тестовий блок та аналітичне-розрахункове завдання. Теоретичний блок містить питання з затвердженої програми атестаційного екзамену. Тестовий блок містить завдання з профільюючих спецдисциплін і визначає достатній рівень знань. Кількість тестових завдань в білеті пропорційно до загального часу вивчення дисципліни в навчальному плані. Ситуаційне завдання включає питання, об'єднані однією ситуацією і визначає базовий рівень знань та вмінь. Питання містять як теоретичну, так і практичну направленість.





№ п/п	Дисципліна	Інтегральна	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності																					
			ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15							
ВБЗ 2.2	Логіка	+		+	+	+									+	+																						
ВБЗ 2.3	Етика	+		+		+									+		+																					
ВБЗ 2.4	Соціологія	+		+		+									+	+																						
<b>ВБЗ 3.</b>	<b>Блок “Гуманітарний”</b>																																					
ВБЗ 3.1.	Культура ділового спілкування	+		+						+					+	+																						
ВБЗ 3.2.	Діловодство	+		+						+					+	+																						
ВБЗ 3.3.	Загальна психологія та професійна етика	+		+		+									+		+																					
ВБЗ 3.4	Політологія			+		+									+	+																						
<b>ВБЗ 4.</b>	<b>Блок «Економіко-математичні методи та моделі II»</b>																																					
ВБЗ 4.1.	Прогнозування соціально-економічних процесів	+				+				+	+										+			+				+		+								
ВБЗ 4.2.	Математичні методи і моделі в маркетингу	+				+				+	+										+			+				+		+								
ВБЗ 4.3.	Прикладні методи аналізу економічної інформації	+				+				+	+										+			+				+		+								
ВБЗ 4.4.	Моделювання економіки	+				+				+	+										+			+				+		+								
<b>ВБЗ 5.</b>	<b>Блок «Інформатика II»</b>																																					
ВБЗ 5.1.	Економічна інформатика	+				+				+	+											+			+				+		+							
ВБЗ 5.2.	Електронна комерція	+				+				+	+											+			+				+		+							
ВБЗ 5.3.	Інформаційні системи і технології на підприємствах	+				+				+	+											+			+				+		+							
ВБЗ 5.4.	Моделювання бізнес процесів	+				+				+	+											+			+				+		+							
<b>ВБЗ 6.</b>	<b>Блок «Аналітичний»</b>																																					
ВБЗ 6.1.	Соціально-економічна та фінансова статистика	+				+				+	+											+			+				+		+							
ВБЗ 6.2.	Економічний аналіз	+				+				+	+											+			+				+		+							
ВБЗ 6.3.	Прикладні методи аналізу економічної інформації	+				+				+	+											+			+				+		+							
ВБЗ 6.4.	Економічна інформатика	+				+				+	+											+			+				+		+							

**2.2. Дисципліни циклу професійної підготовки (ВБІ)**





## 5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

Код н/д	Навчальна дисципліна	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
ЗП 1.	Українська мова за професійним спрямуванням											+	+					+	
ЗП 2.	Історія України												+			+			+
ЗП 3.	Аналітична економіка				+							+	+						
ЗП 4.	Фізичне виховання (позакредитна дисципліна)															+	+		
ЗП 5.	Філософія												+			+			+
ЗП 6.	Політекономія		+		+		+												
ЗП 7.	Мікроекономіка		+		+		+												
ЗП 8.	Макроекономіка		+		+		+												
ЗП 9.	Історія економіки та економічної думки		+		+		+												+
ЗП 10.1	Вища математика		+		+							+	+		+				
ЗП 10.2	Теорія ймовірностей та математична статистика		+		+							+	+		+				
ЗП 11.1	Оптимізаційні методи та моделі		+		+							+	+		+				
ЗП 11.2	Економетрія		+		+							+	+		+				
ЗП 12	Правознавство			+								+					+		
ЗП 13	Безпека життєдіяльності											+	+		+	+			+
ЗП 14	Інформаційні системи і технології		+		+			+			+	+	+		+				
ПП 1.	Економіка підприємства			+	+							+	+						
ПП 2.	Менеджмент	+	+									+	+						
ПП 3.	Маркетинг	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+		+	+		
ПП 4.	Гроші та кредит	+	+									+	+						
ПП 5.	Фінанси	+										+	+						
ПП 6.	Бухгалтерський облік			+	+							+	+						
ПП 7.	Статистика			+	+							+	+						
ПП 8.	Поведінка споживача	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		
ПП 9.	Логістика	+	+	+					+	+	+	+	+			+	+		
ПП 10.	Маркетингова товарна політика	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		
ПП 11.	Маркетинг промислового підприємства	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		



Код н/д	Навчальна дисципліна	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
ПП 12.	Маркетингове ціноутворення	+	+	+					+	+	+	+	+			+	+		
ПП 13.	Маркетинг послуг	+	+	+					+	+	+	+	+			+	+		
ПП 14.	Маркетингові дослідження	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+		+	+		
ПП 15.	Введення у спеціальність	+	+	+					+	+	+	+	+			+	+		
ПП 16.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)												+			+	+	+	
ПП 17.	Економіка праці й соціально-трудові відносини			+								+	+						
ПП 18.	Міжнародні економічні відносини			+								+	+					+	
ПП 19.	Виробнича практика	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		
ПП 20.	Переддипломна практика	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		
ПП 21.	Підготовка дипломної роботи	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		
ПП 22.	Кваліфікаційний екзамєн	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+			+	+		
<b>ВБЗ 1.</b>	<b>Блок “Політологія II”</b>																		
ВБЗ 1.1	Основи демократії												+			+			+
ВБЗ 1.2	Вступ до політичної науки												+			+			+
ВБЗ 1.3	Політичні системи												+			+			+
ВБЗ 1.4	Міжнародні політичні відносини												+			+			+
<b>ВБЗ 2.</b>	<b>Блок “Філософія II”</b>																		
ВБЗ 2.1	Релігієзнавство															+			+
ВБЗ 2.2	Логіка												+			+			+
ВБЗ 2.3	Етика												+			+			+
ВБЗ 2.4	Соціологія												+			+			+
<b>ВБЗ 3.</b>	<b>Блок “Гуманітарний”</b>																		
ВБЗ 3.1.	Культура ділового спілкування												+			+			+
ВБЗ 3.2.	Діловодство												+			+			+
ВБЗ 3.3.	Загальна психологія та професійна етика															+			+
ВБЗ 3.4	Політологія												+			+			+
<b>ВБЗ 4.</b>	<b>Блок «Економіко-математичні методи та моделі II»</b>																		
ВБЗ 4.1.	Прогнозування соціально-економічних процесів				+			+	+		+	+							
ВБЗ 4.2.	Математичні методи і моделі в маркетингу				+			+			+	+							



Код н/д	Навчальна дисципліна	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
ВБП 4.1	Облік у галузях економічної діяльності			+	+														
ВБП 4.2	Аналіз господарської діяльності			+	+					+							+		
ВБП 4.3	Фінансовий аналіз			+	+												+		
ВБП 4.4.	Аудит			+	+														
<b>ВБП 5.</b>	<b>Блок «Основи бізнесу»</b>																		
ВБП 5.1.	Організація бізнесу			+						+			+	+					
ВБП 5.2	Управлінські рішення			+						+			+	+					
ВБП 5.3	Ситуаційний менеджмент			+						+			+	+					
ВБП 5.4	Контролінг			+						+			+	+					
<b>ВБП 6.</b>	<b>Блок «Менеджмент II»</b>																		
ВБП 6.1	Самоменеджмент			+						+			+	+					
ВБП 6.2	Управління персоналом			+									+	+					
ВБП 6.3	Державне і регіональне управління			+									+	+					
ВБП 6.4	Імеджелогія			+						+			+	+					