

**Федерація професійних спілок України  
АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор Академії

В.В.Буяшенко



« 16 » 05 2019 р.

СХВАЛЕНО

Вченою радою Академії

Протокол № 9 від « 16 » травня 2019р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
07 Управління та адміністрування

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2019 р.

**Київ-2019**

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Корчинська О.А. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ, гарант освітньої програми
2. Шолудченко С.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ
3. Ярмоленко Ю.О. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

Рецензії і відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Буряк – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП
2. Ярмоленко І.О. – старший менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами комерційного департаменту ТОВ «Фірмова мережа «КИЇВХЛІБ»
3. Костюк О.А. – комерційний директор ТОВ «Видавничий Дім «Ювелірний Бізнес»

Лист-погодження освітньої програми

Проректор з науково-педагогічної роботи



С.М.Коваленко

«15» травня 2019р.

Декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму



С.В.Шолудченко

«15» 05 2019р.

Завідувач кафедри маркетингу



О.А.Корчинська

«15» 05 2019р.

Гарант освітньої програми



О.А.Корчинська

«15» 05 2019р.

**РЕЦЕНЗІЯ**  
**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»**  
**спеціальності 075 «Маркетинг»,**  
**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**  
**першого рівня вищої освіти**

Нині пріоритетними напрямками розвитку галузі вищої освіти в Україні є підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних діяти самостійно і відповідально, вміти реалізовувати поставлені перед ним стратегічні завдання, на основі сучасних професійних знань, володіти розвинутими вміннями та навичками.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг», за спеціальністю 075 Маркетинг, що розроблена в Академії праці, соціальних відносин і туризму відповідає всім нормативним документам України в галузі освіти.

Освітньо-професійна програма містить чітко сформульовану мету, загальні, фахові компетентності та результати навчання, компоненти освітньої програми та їх логічну послідовність, форми оцінювання здобувачів вищої освіти, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми, матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньо-професійної програми. Навчальний план підготовки освітньо-професійної програми повністю відповідає завданням освітньо-професійної програми.

Важливо відмітити, що освітньо-професійна програма передбачає значну практичну підготовку, що дає можливість сформувати у здобувачів відповідні компетентності. Програмі результати програми враховують рекомендації науковців та роботодавців і сформовані як комбінація професійних знань, умінь, практичних навичок та громадських якостей, морально-етичних цінностей.

Загальний висновок: освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти першого рівня вищої освіти в галузі знань 07 Управління та адміністрування, за спеціальністю «Маркетинг» Академії праці, соціальних відносин і туризму відповідає встановленим вимогам, забезпечить студентам підготовку у вигляді результатів навчання, достатніх для того, щоб розв'язувати складні спеціалізовані задачі у сфері маркетингу а тому може бути рекомендована до впровадження в освітній процес.

Завідувач кафедри маркетингу  
та міжнародної торгівлі  
Національного університету біоресурсів  
і природокористування України  
д.е.н., професор



Р.І. Буряк

**Копія вірна**

Підпис завідувача:  
к.е.н. Заступник декана Факультету аграрного менеджменту НУБіП України  
*Лесю Карпенко Л.Ф.*

**ВІДГУК**  
**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»**  
**освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр**  
**галузі знань 07 Управління та адміністрування**  
**спеціальності 075 Маркетинг**

Метою освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг», що реалізується в Академії праці, соціальних відносин і туризму, зі спеціальності 075 Маркетинг є підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, зданих діяти соціально відповідально у складних ринкових умовах. Саме на досягнення цієї мети зорієнтовані компетентності даної ОПП, які визначають теоретичну та практичну частину змісту навчання. Ознайомлення з даною програмою дає всі підстави стверджувати, що вона забезпечує відповідності програмних результатів навчання запитам потенційних роботодавців (стейкхолдерів).

Структура даної освітньо-професійної програми підготовки бакалавра з маркетингу чітко сформована, що дає можливість ознайомитися з структурно-логічною схемою, із загальними та фаховими компетентностями, програмними результатами навчання, формою оцінювання.

У даній ОПП програмні компетентності фахівця представляють собою комбінацію загальних економічних знань, фахових умінь і практичних навичок, які дають можливість досягнути поставленої мети ОПП «Маркетинг». Вважаємо за доцільне відмітити тісний зв'язок між програмними результатами навчання ОПП та компонентами освітньої програми, що забезпечує формування бакалавра з спеціальності 075 «Маркетинг» як висококваліфікованого спеціаліста у цій сфері.

Все це дає підстави вважати, що рецензована освітньо-професійна програма є актуальною, відповідає потребам сучасності та запитам потенційних роботодавців.

Старший менеджер (управитель)  
в роздрібній торгівлі продовольчими товарами  
комерційного департаменту

ТОВ «Фірмова мережа «КИЇВХЛІБ»



І.О. Ярмоленко

*Свідок І.О. Ярмоленко*

Директор департаменту  
з управління персоналом

Прима Т.І.



Відгук  
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»,  
підготовлену кафедрою маркетингу  
Академії праці, соціальних відносин і туризму

Якісна підготовка здобувачів вищої освіти у сфері маркетингу на теперішній час є дуже важливим завданням для України, яка активно продовжує імплементувати інструменти ринкової економіки у всіх сферах економічної діяльності. Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена проектною групою працівників кафедри маркетингу після консультацій з науковцями, потенційними роботодавцями, які підтвердили потребу підготовки фахівців цього напрямку. В ОПП «Маркетинг» визначені загальні та фахові програмні компетентності, виходячи з мети даної програми, яка полягає у підготовці конкурентоспроможних на ринку праці фахівців з маркетингу, які володіють сучасним креативним мисленням, фундаментальними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для соціально-відповідального здійснення ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності різних сфер економічної активності.

Навчальний план підготовки бакалаврів ОПП «Маркетинг» повністю відповідає завданням освітньої професійної програми. Послідовність вивчення дисциплін, план та графік навчального процесу, перелік та обсяг та вибіркового дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам потенційних роботодавців (стейкхолдерів).

Загальний висновок. Дана освітньо-професійна програма містить у собі всі необхідні структурні та змістові складові, відображає сучасні вимоги до підготовки фахівців у сфері маркетингу і відповідає запитам практичного використання.

Комерційний директор  
ТОВ «Видавничий Дім «Ювелірний Бізнес»



Костюк О.А.

1.

## Профіль освітньої програми зі спеціальності 075«Маркетинг»

<b>1. Загальна інформація</b>	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Академія праці, соціальних відносин і туризму Факультет економіки, соціальних технологій та туризму Кафедра маркетингу
<i>Ступень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр Бакалавр з маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки і 10 місяців
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитована спеціальність «Маркетинг» у 2014
<i>Цикл/рівень</i>	Рівень програми НРК Україна – 7 рівень FQ-EHEA – перший цикл, QF-LLL – 6 рівень
<i>Передумови</i>	А. Атестат про повну загальну середню освіту. Конкурсний відбір на основі результатів ЗНО та середнього бала додатка до атестата. Б. Диплом молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Конкурсний відбір на основі результатів вступних випробувань та середнього бала додатка до диплому. Термін навчання скорочується на 1-2 роки у залежності від академічної різниці. В. Диплом бакалавра, магістра за іншою програмою. Конкурсний відбір на основі результатів вступних випробувань та середнього бала додатка до диплому. Термін навчання скорочується на 1-2 роки у залежності від академічної різниці
<i>Мови викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	<a href="https://www.socosvita.kiev.ua/about/public">https://www.socosvita.kiev.ua/about/public</a>

Метою цієї програми є підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців з маркетингу, які володіють сучасним креативним мисленням, фундаментальними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для соціально-відповідального здійснення ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності різних сфер економічної активності. Програма відповідає науковим та професійним вимогам в галузі маркетингу та сучасним вимогам ринку праці.

### 3. Характеристика освітньої програми

<p><i>Опис предметної області</i></p>	<p><b>Об'єкт(и) вивчення та/або діяльності:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів ;</p> <p><b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для соціально-відповідального 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> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та здійснення маркетингових управлінських рішень</p>
<p><i>Орієнтація освітньої програми</i></p>	<p>Програма спрямована на надання знань в сфері маркетингу, орієнтована на актуальні соціально-економічні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції, що дозволяє сформувати професійні, наукові, аналітичні, організаційні, управлінські, педагогічні і науково-дослідні компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення</p>



<i>Основний фокус програми спеціалізації</i>	Загальна освіта в області маркетингу Ключові слова: маркетинг, маркетолог, маркетингові дослідження, маркетингова політика, реклама, маркетингові комунікації
<i>Особливості програми</i>	Широкий перелік поглиблених лекційних курсів та семінарських занять. Можливість викладання на іноземних мовах (російській та англійській)
<i>Академічні права випускників</i>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

#### 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

<i>Придатність до працевлаштування</i>	За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогноною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня
<i>Продовження освіти</i>	Магістерські програми з маркетингу, міждисциплінарні програми, близькі до маркетингу.

#### 5. Викладання та оцінювання

<i>Підходи до викладання та навчання</i>	Лекції, лабораторні роботи, семінари, практичні заняття в малих групах, самостійна робота на основі підручників та конспектів, консультації із викладачами, підготовка курсових робіт.
<i>Система оцінювання</i>	Письмові та усні екзамени, звіти з лабораторних робіт, есе, усні презентації, поточний контроль, on-line тестування, випусковий кваліфікаційний екзамен, захист звітів з практики, захист курсових робіт. Використовується внутрішня 100-бальна система оцінювання та пов'язані з нею таблицею відповідності системи ЄКТС та класична вітчизняна 4-бальна система.

#### 6. Програмні компетентності

<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.
-----------------------------------	---

**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 до формування культури мислення та поведінки.
- ЗК16. Здатність до критики та самокритики.
- ЗК17. Здатність займати активну життєву позицію

**Спеціальні (фахові)  
компетентності  
(СК)**

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
- СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
- СК15. Здатність вирішувати економічні задачі та завдання розвитку бізнесу з урахуванням соціальних аспектів.
- СК16. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.

## 7. 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.
- P19. Узгоджувати інтереси бізнесу, споживачів і всього суспільства при здійсненні маркетингової діяльності.

### 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

<b>Кадрове забезпечення</b>	Проектна група: 1 доктор наук, 2 кандидати наук, в т.ч. 3 доценти. Науково-педагогічний склад, залучений до реалізації освітньої програми є працівниками Академії праці, соціальних відносин і туризму, мають вчене звання та/або науковий ступінь, проходили і проходять стажування, в т.ч. закордоном. Залучаються також на умовах сумісництва фахівці з інших ВЗО. Для проведення практичних занять залучаються випускники Академії.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій АПСВТ
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Використання Системи управління навчанням MOODLE АПСВТ та авторських розробок науково-педагогічних працівників

### 9. Академічна мобільність

<b>Національна кредитна мобільність</b>	
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між АПСВТ та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів, зокрема, угодами про співпрацю з університетами Польщі. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунку участі у програмах проекту Еразмус +
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Проводиться

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 2.1. Перелік компонент

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ЗКО 1	Історія держави і права України	3	іспит
ЗКО2	Світова та українська культура і мистецтво	3	залік
ЗКО3	Українська мова за професійним спрямуванням	3	іспит
ЗКО4	Соціально-політичні студії (соціологія, політологія, основи демократії та громадянського суспільства)	6	іспит
ЗКО5	Філософія (філософія, релігієзнавство, логіка)	6	іспит
ЗКО6	Основи господарського та трудового законодавства	6	іспит
ЗКО7	Інформаційно-комунікаційні технології	6	залік (1 сем), іспит (2 сем.)
ЗКО8	Іноземна мова	12	залік (1,2,3 сем) іспит (4 сем)
СКО 1	Економічна теорія	3	іспит
СКО2	Мікроекономіка	3	іспит
СКО3	Макроекономіка	3	іспит
СКО4	Історія економіки та економічної думки	3	іспит
СКО5	Математика для економістів	6	залік (1 сем), іспит (2 сем.)
СКО6	Економіко-математичні методи та моделі	6	залік (3 сем), іспит (4 сем.)
СКО7	Економіка підприємства	3	іспит
СКО8	Менеджмент	6	іспит
СКО9	Маркетинг	12	залік (4 сем) іспит (5 сем), кур.р.
СКО10	Гроші і кредит	3	іспит
СКО11	Фінанси	3	іспит
СКО12	Прямий маркетинг	3	іспит
СКО13	Рекламна діяльність	3	іспит
СКО14	Економіка праці й соціально-трудові відносини	3	іспит
СКО15	Економічна політика	3	іспит
СКО16	Статистика	3	іспит

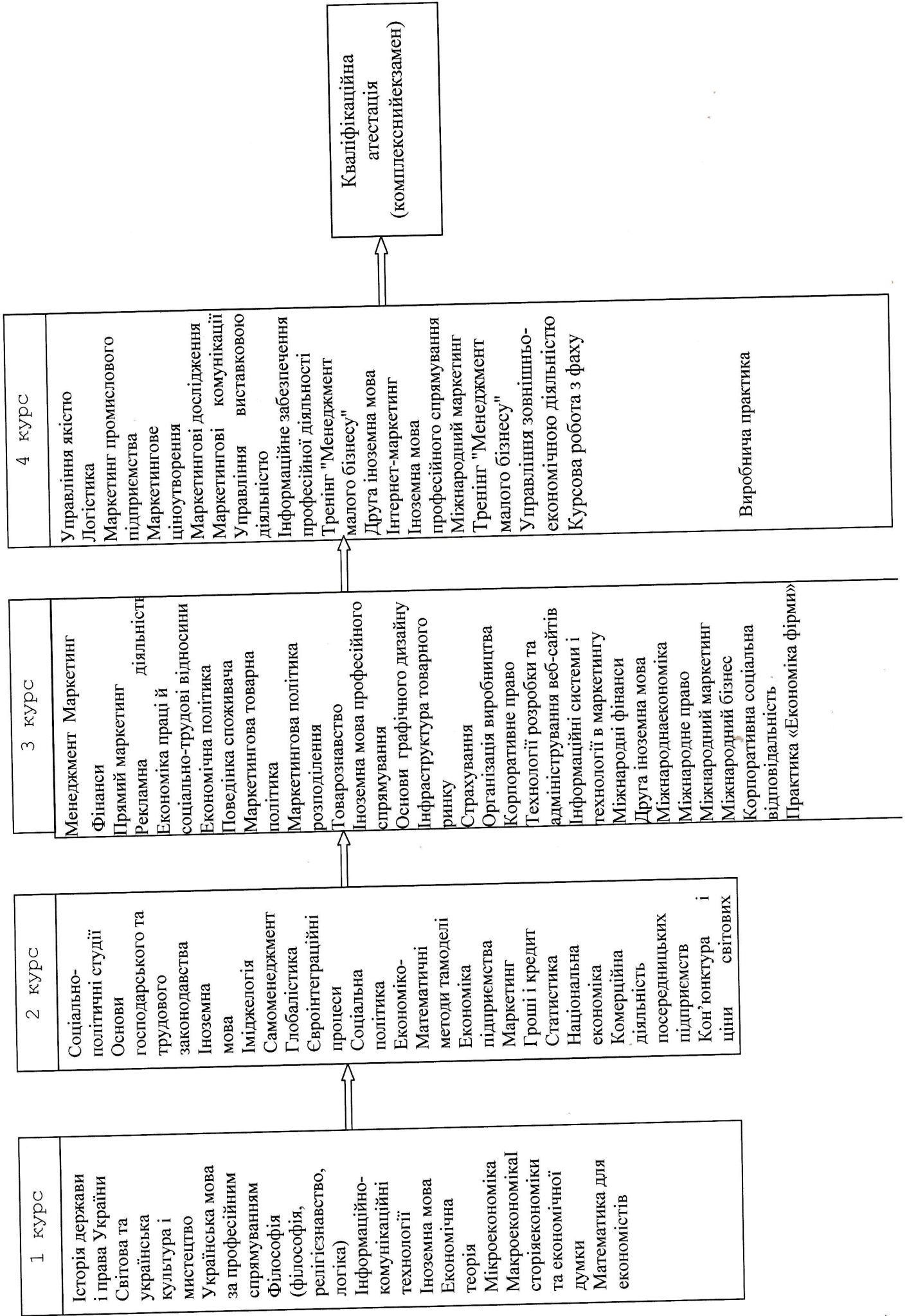
СКО17	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	6	іспит
СКО18	Управління якістю	3	іспит
СКО19	Поведінка споживача	3	іспит
СКО20	Логістика	3	іспит
СКО21	Маркетингова товарна політика	3	іспит
СКО22	Маркетинг промислового підприємства	3	іспит
СКО23	Маркетингове ціноутворення	6	іспит
СКО24	Маркетингова політика розподілення	3	іспит
СКО25	Маркетингові дослідження	6	іспит
СКО26	Маркетингові комунікації	6	іспит
СКО27	Товарознавство	3	іспит
СКО28	Управління виставковою діяльністю	3	іспит
СКО29	Інформаційне забезпечення професійної діяльності (Інформаційна політика та інформаційна безпека, основи електронного бізнесу, електронний документообіг, основи електронного урядування)	3	іспит
СКО30	Іноземна мова професійного спрямування	3	іспит
СКО31	Курсова робота з фаху	3	курс робота
СКО32	Корпоративна соціальна відповідальність	3	іспит
СКО33	Практика «Економіка фірми»	3	захист (5 сем)
СКО34	Виробнича практика	6	захист (8 сем)
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
<b>Вибіркові компоненти</b>			
<b>Цикл дисциплін загальної підготовки</b>			
<b>Блок 1. Тренд кар'єрного зростання</b>			
ЗКВ 1.1	Іміджологія (етика, діловий етикет, риторика, основи самопрезентації, корпоративна культура)	6	залік
ЗКВ 1.2	Самоменеджмент (розвиток особистості, удосконалення освіти, кар'єрне зростання, тайм-менеджмент)	6	залік
ЗКВ 1.3	Іноземна мова	3	залік (3 сем), іспит (4 сем.)
Разом за блоком 1. Тренд кар'єрного зростання		15	
<b>Блок 2. Європейський тренд</b>			
ЗКВ 2.1	Глобалістика	3	залік
ЗКВ 2.2	Євроінтеграційні процеси	3	залік

ЗКВ 2.3	Іноземна мова	6	залік (3сем), іспит (4сем.)
ЗКВ 2.4	Соціальна політика (соціальний захист, соціальний діалог, профспілки в громадянському суспільстві)	3	залік
	<b>Разом за блоком 2. Європейський тренд</b>	<b>15</b>	
<b>Цикл дисциплін професійної підготовки</b>			
<b>2.2.1. Варіативна компонента 1 "Інтернетмаркетинг"</b>			
СКВ1.1	Основи графічного дизайну	3	іспит
СКВ1.2	Інфраструктура товарного ринку	3	іспит
СКВ1.3	Страховання	3	іспит
СКВ1.4	Тренінг "Менеджмент малого бізнесу"	6	іспит
СКВ1.5	Інтернет-маркетинг	9	залік (7сем), іспит (8сем.)
СКВ1.6	Організація виробництва	6	іспит
СКВ1.7	Корпоративне право	3	іспит
СКВ1.8	Іноземна мова професійного спрямування	6	залік (6,7 сем), іспит (8 сем.)
СКВ1.9	Національна економіка	3	залік
СКВ1.10	Технології розробки та адміністрування веб-сайтів	3	залік
	<b>Разом за розділом 2.2.1.</b>	<b>45</b>	
<b>2.2.2. Варіативна компонента 2 "Міжнародний маркетинг"</b>			
СКВ2.1	Міжнародний маркетинг	9	залік (6сем), іспит (7сем.)
СКВ2.2	Тренінг "Менеджмент малого бізнесу"	6	іспит
СКВ2.3	Управління зовнішньо-економічною діяльністю	3	іспит
СКВ2.4	Міжнародні фінанси	3	іспит
СКВ2.5	Друга іноземна мова	9	залік (6,7 сем), іспит (8 сем.)
СКВ2.6	Міжнародна економіка	3	іспит
СКВ2.7	Міжнародне право	3	іспит
СКВ2.8	Міжнародний бізнес	3	залік
СКВ2.9	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	залік
СКВ2.10	Кон'юнктура і ціни світових ринків	3	залік
	<b>Разом за розділом 2.2.2.</b>	<b>45</b>	
	Загальний обсяг вибіркового компонент	60	
	<b>Загальний обсяг освітньої програми</b>	<b>240</b>	



## Структурно-логічна схема ОП

2.2.



3.

### **Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг». 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 студенти, які виконали всі вимоги навчального плану.

**Матриця відповідності визначених Стандартом  
компетентностей дескрипторам НРК  
(6-й рівень, бакалаврський)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	<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>Ум1</b> Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблему спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	<b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формулювати комунікаційну стратегію	<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 <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Загальні компетентності - 17</b>				
<b>ЗК1</b>				АВ2
<b>ЗК2</b>				АВ2
<b>ЗК3</b>		УМ1	К1	
<b>ЗК4</b>	ЗН1	УМ1		
<b>ЗК5</b>			К2	АВ1
<b>ЗК6</b>	ЗН2			
<b>ЗК7</b>	ЗН1	УМ1		АВ1
<b>ЗК8</b>		УМ1		
<b>ЗК9</b>		УМ1		
<b>ЗК10</b>			К1	
<b>ЗК11</b>			К2	АВ1
<b>ЗК12</b>			К2	
<b>ЗК13</b>	ЗН2	УМ1		
<b>ЗК14</b>		УМ1	К2	АВ2
<b>ЗК15</b>			К2	АВ2
<b>ЗК16</b>	ЗН2	УМ1		
<b>ЗК17</b>				АВ3
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 16</b>				
<b>СК1</b>	ЗН1		К1	
<b>СК2</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК3</b>		УМ1	К1	
<b>СК4</b>	ЗН2		К1	АВ2
<b>СК5</b>	ЗН2	УМ1		
<b>СК6</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК7</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК8</b>	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
<b>СК9</b>	ЗН1		К1	
<b>СК10</b>	ЗН1	УМ1		
<b>СК11</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК12</b>		УМ1	К2	АВ1
<b>СК13</b>		УМ1	К1	АВ1
<b>СК14</b>		УМ1	К1	АВ1
<b>СК15</b>		УМ1		АВ2
<b>СК16</b>	ЗН1	УМ1		





