



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

Освітню програму розглянуто та схвалено на:

1. Науково-методичній раді Харківського національного університету  
В.Н.Каразіна  
протокол № 8 від 18 травня 2022 р.

Голова науково-методичної ради,  
проректор з науково-педагогічної роботи \_\_\_\_\_ Олександр ГОЛОВКО

2. Вчена рада економічного факультету:  
протокол № 4 від «13» травня 2022 р.

Голова Вченої ради факультету \_\_\_\_\_ Олександр ДАВИДОВ

3. Науково-методична комісія економічного факультету:  
протокол № 8 від «12» травня 2022 р.

Голова науково-методичної комісії факультету \_\_\_\_\_ Вікторія ЄВТУШЕНКО

4. Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва:  
протокол № 11 від «11» травня 2022 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Вікторія ЄВТУШЕНКО

## Передмова

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові	Найменування посади (для сумісників – місце основної роботи, посада)	Науковий ступінь, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно
<b>Керівник робочої групи</b>		
<b>БОЛОТНА ОКСАНА ВОЛОДИМИРІВНА</b>	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг», диплом ДК № 013579 від 13.03.2002 р. Доцент по кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, атестат 12ДЦ 037691 від 17.01.2014 р.
<b>Члени робочої групи</b>		
<b>ЄВТУШЕНКО ВІКТОРІЯ АНАТОЛІЇВНА</b>	Професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Кандидат економічних наук, спец. 08.01.01– економічна теорія, диплом ДК № 021300 від 10.12.2003 р. Доцент по кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, атестат 02ДЦ № 012415 від 20.04.2006 р.
<b>КУЗЬМИНЧУК НАТАЛІЯ ВАЛЕРІЇВНА</b>	Професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством», диплом ДД № 002072 від 31.05.2013 р. Професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, атестат 12ПР №009956 від 31.10.2014 р.

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

1. Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 5 грудня 2018 року.
2. Професійного стандарту «Рекламист»: наказ Міністерства економіки України № 81-22 від 11 січня 2022 року.

### 3. Нормативних документів:

– Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 25.07.2022).

– Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення:23.06.2022).

– Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017) // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10> (дата звернення: 25.07.2022).

– Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п> (дата звернення: 23.07.2022).

– Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017) // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п> (дата звернення: 23.07.2022).

– Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти // URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>. (дата звернення: 23.07.2022).

## Профіль освітньої програми

Маркетинг,  
зі спеціальності 075 Маркетинг

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації</b>	Бакалавр Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавр маркетингу, Одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію, серія НД № 2189520 від 8 липня 2014 р. протокол № 110
<b>Цикл/рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти НРК України – 6 рівень / Бакалавр, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Атестат про повну загальну середню освіту, сертифікати ЗНО, диплом молодшого бакалавра. Інші вимоги визначаються правилами прийому Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	4 роки
<b>Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.econom.kharkov.ua/">http://www.econom.kharkov.ua/</a> <a href="https://karazinmmved.wixsite.com/mmzed">https://karazinmmved.wixsite.com/mmzed</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
<b>Мета програми</b>	Підготувати бакалаврів з маркетингу, які володіють глибокими фундаментальними знаннями та професійними компетенціями щодо впровадження ефективної маркетингової діяльності підприємства
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</b>	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Спеціалізація: «Маркетинг» Освітня програма є міждисциплінарною: Обов'язкова компонента становить 180 кредитів Вибіркова компонента – 60 кредитів <i>Об'єктами вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</i> <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i>

	<p>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, методики та технології:</i></p> <p>- загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економікоматематичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); - методики, що використовуються у маркетингу (методики маркетингових досліджень; методики економічної діагностики; методики прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур маркетингу; методи мотивування; методи контролю; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності маркетингової діяльності тощо).</p> <p><i>Інструментарій та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, комунікаційні системи, які необхідні для прийняття та імплементації маркетингових рішень в сфері реклами та зв'язку з громадськістю.</p> <p><i>Форми використання ТЗН:</i> використання мультимедійного устаткування для підвищення наочності матеріалу, що вивчається; аудіо та відео файли для більш ґрунтовного ознайомлення з окремими темами дисциплін; Moodle для дистанційного вивчення курсу; робота з офісним та спеціалізованим програмним забезпеченням під час пошуку та обробки аналітичної інформації при підготовці до <u>розрахунково-аналітичних робіт</u> тощо.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма орієнтована на формування здатності здійснювати маркетингову, аналітичну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	<p>Загальна освіта в галузі маркетингу , щодо поєднання теорії з практикою, як найбільшої умови підготовки конкурентоздатного фахівця на ринку праці.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, реклама, поведінка споживачів, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, маркетингові рішення, маркетингова стратегія</p>
<b>Особливості програми</b>	Особливості освітньо-професійної програми орієнтовані на комплекс знань і навичок з маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів, володіння сучасними економічним мисленням необхідним для впровадження ефективної маркетингової діяльності, а також, володіння основами комп'ютерної грамотності та навичками роботи з прикладним програмним забезпеченням.

<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Бакалавр маркетингу може обіймати первинні посади відповідно до Класифікатору професій ДК 003:2010 та виконувати роботу з фахом маркетолог-економіст, 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.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Проблемно-орієнтоване та студентоцентроване навчання, самонавчання, підготовка кваліфікаційної роботи тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних(лабораторних) занять, майстер-класів від провідних фахівців підприємств та організацій під час проходження виробничої практики, самостійної роботи на основі підручників, навчальних посібників, конспектів лекцій, методичних вказівок до виконання практичних (лабораторних) робіт, консультацій з викладачами тощо. Лекції, практичні ситуації, case-study, розрахунково-аналітичні завдання, тренінги, тестування. Самостійна робота - на основі підручників та конспектів електронних освітніх ресурсів розміщених в віртуальному навчальному середовищі moodle МДУ.
<b>Оцінювання</b>	Передбачений поточний контроль під час проведення практичних занять (тестування, усні відповіді, письмові есе, розрахунково-аналітичні завдання, графічні завдання, презентації тощо), захист звітів з практики. Підсумковий контроль здійснюється в формі екзамену \ заліку (письмові екзамену та заліки з навчальних дисциплін).
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності</b>	<b>ЗК1.</b> Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. <b>ЗК2.</b> Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку 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. <b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. <b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. <b>ЗК5.</b>

	<p>Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>ЗК10.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p><b>ЗК11.</b> Здатність працювати в команді.</p> <p><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b></p>	<p><b>СК1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p><b>СК2.</b> Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p><b>СК3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>СК8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p><b>СК11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>СК12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p><b>СК14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК 15.</b> Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, та визначати основні складові та характеристики створення маркетингової політики підприємства на міжнародних ринках</p>
<p><b>Програмні</b></p>	<p><b>Р1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та</p>



**результати  
навчання**

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

	<p>комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p><b>P18.</b> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p><b>P 19.</b> Обирати та застосовувати маркетинговий інструментарій для дослідження стану та перспектив розвитку різних сегментів міжнародного ринку товарів та послуг.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</b>	<p>Склад викладачів освітньої програми включає науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання навчальних дисциплін.</p> <p>До реалізації програми залучаються педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи за фахом та представники топ-менеджменту підприємств-роботодавців.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
<b>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</b>	<p>Навчально-наукова робота за освітньою програмою забезпечена сучасними технічними засобами: стаціонарною комп'ютерною технікою та ноутбуками; мультимедійними проекторами, проекційними екранами та мультимедіа панеллю; безкоштовною мережею Wi-Fi. Для вивчення іноземних мов обладнано лінгвокабінет. Навчальні заняття проводяться в комп'ютерних класах, які оснащені ліцензійними операційними системами та спеціальним програмним забезпеченням, в т.ч.: MS Office; Програмний комплекс Marketing Analytic, який складається з модулів: Main, Portfolio, Predictor, Conjoint; Програмний комплекс Парус Підприємство 7, до складу якого входять модулі: CRM Менеджмент та маркетинг, Торгівля та склад, Персонал, Заробітна плата, Канцелярія, а також галузеві рішення: Реклама, Готель, Ресторан; 1С Підприємство 8; Deductor; Microsoft Project, Банківський Аналітик. Забезпечення комп'ютерних класів Інтернет-зв'язком дає можливість використовувати хмарні технології: jПарус; Studio Creatio та Marketing Creatio від Terrasoft.</p>
<b>Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення</b>	<p>Забезпечено бібліотеку вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями з економіки та управління, в тому числі в електронному вигляді. Наявний доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою з економіки та управління</p> <p>Наявність офіційного веб-сайту ХНУ імені В. Н. Каразіна, на якому розміщена основна інформація про його доцільність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня, видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація).</p> <p>Наявність електронного ресурсу ХНУ імені В. Н. Каразіна, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану, в тому числі в системі дистанційного навчання.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	

<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>На основі двосторонніх договорів між ХНУ імені В. Н. Каразіна та закладами вищої освіти.</p> <p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання в закладах вищої освіти України. До керівництва роботою студентів можуть бути залучені провідні фахівці закладів вищої освіти України на умовах індивідуальних договорів.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у міжнародних проектах за програмами академічного обміну (Erasmus Mundus, DAAD, Global UGRAD, Cambridge-UkraineStudentships тощо)</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Закону «Про вищу освіту»</p>

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

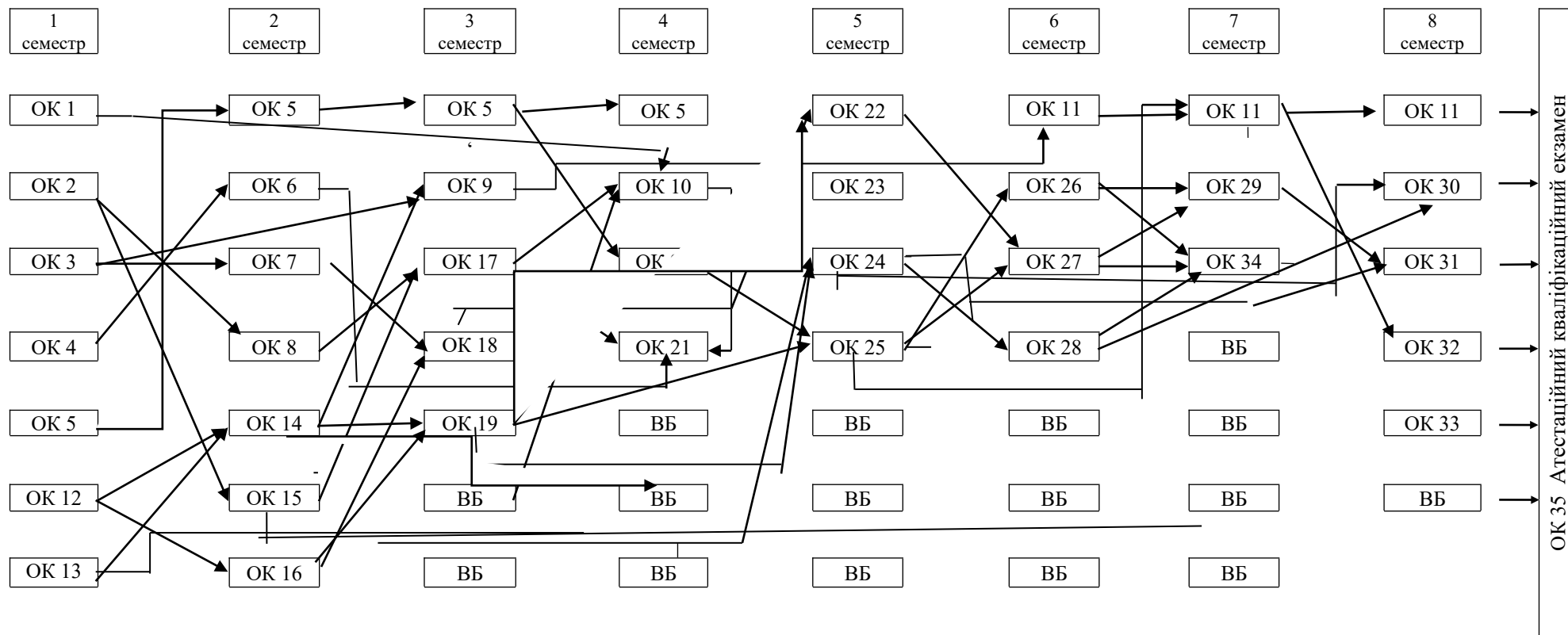
### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ОК 1.	Історія України	3	Залік
ОК 2.	Мікроекономіка	5	Іспит
ОК 3.	Вища математика	4	Іспит
ОК 4.	Правознавство	4	Залік
ОК 5.	Іноземна мова	13	Залік / Іспит
ОК 6.	Технології ділового спілкування	3	Залік
ОК 7.	Економічна інформатика	4	Залік
ОК 8.	Макроекономіка	5	Іспит
ОК 9.	Економіко-математичні методи та моделі	5	Іспит
ОК 10.	Філософія	3	Залік
ОК 11.	Іноземна мова за фахом	15	Залік
ОК 12.	Основи наукових досліджень	5	Іспит
ОК 13.	Вступ до маркетингу	5	Іспит
ОК 14.	Економіка знань та інформаційне суспільство	5	Іспит
ОК 15.	Основи підприємництва	5	Іспит
ОК 16.	Статистика	5	Іспит
ОК 17.	Економіка суб'єктів господарювання	5	Іспит
ОК 18.	Маркетинг	5	Іспит
ОК 19.	Аналіз бізнес-інформації	5	Іспит
ОК 20.	Міжнародна економіка	4	Іспит
ОК 21.	Менеджмент	5	Іспит
ОК 22.	Маркетингова товарна політика	4	Іспит
ОК 23.	Інтернет-маркетинг	4	Іспит
ОК 24.	Маркетингові дослідження	4	Іспит
ОК 25.	Маркетингова політика розподілу	4	Іспит
ОК 26.	Поведінка споживачів	5	Іспит
ОК 27.	Маркетингова цінова політика	5	Іспит
ОК 28.	Маркетингова політика комунікацій	5	Іспит
ОК 29.	Маркетинг відносин	5	Іспит
ОК 30.	Тренінг з інформаційних технологій з маркетингу	5	Іспит
ОК 31.	Маркетингове та бізнес-планування	4	Іспит
ОК 32.	Міжнародний маркетинг	4	Іспит
ОК 33.	Соціально-відповідальний маркетинг	4	Іспит
ОК 34.	Виробнича практика	6	Іспит
ОК 35.	Атестаційний кваліфікаційний екзамен		
<b>Загальний обсяг обов'язкових дисциплін</b>		<b>172</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП*</b>			
ВБ 1.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік
ВБ 2.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік
ВБ 3.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік
ВБ 4.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік

ВБ 5.	Етика ділового спілкування	4	Залік
ВБ 6.	Бізнес-комунікації	4	Залік
ВБ 8.	Самоменеджмен	4	Залік
ВБ 9.	Зовнішньоекономічна діяльність	4	Залік
ВБ 10.	Європейська інтеграція	4	Залік
ВБ 11.	Міжнародні організації	4	Залік
ВБ 12.	Міжнародні економічні зв'язки	4	Залік
ВБ 13.	Переговори і медіація	4	Залік
ВБ 14.	Прогнозування соціально-економічних процесів	4	Залік
ВБ 15.	Біржова діяльність	4	Залік
ВБ 16.	Облік і оподаткування	4	Залік
ВБ 17.	Тренінг "Міжкультурне співробітництво"	4	Залік
ВБ 18.	Креативний маркетинг	4	Залік
ВБ 19.	Менеджмент підприємницької діяльності	4	Залік
ВБ 20.	Глобальні бізнес-стратегії	4	Залік
ВБ 21.	Психологія управління та конфліктологія	4	Залік
ВБ 22.	Електронна комерція	4	Залік
ВБ 23.	Менеджмент підприємницької діяльності	4	Залік
ВБ 24.	Організація бізнесу	4	Залік
ВБ 25.	Зовнішньоекономічна торгівля	4	Залік
ВБ 26.	HR-менеджмент	4	Залік
ВБ 27.	Тренінг "Техніка продажів"	4	Залік
ВБ 28.	Event - маркетинг	4	Залік
ВБ 29.	Цінні папери та фондовий ринок	4	Залік
ВБ 30.	Міжнародні бізнес-стратегії підприємства	4	Залік
ВБ 31.	Тренінг "Електронний бізнес"	4	Залік
ВБ 32.	Адміністративний менеджмент	4	Залік
ВБ 33.	Тренінг "Організація стартапів"	4	Залік
ВБ 34.	Бренд-комунікації	4	Залік
ВБ 35.	Логістика	4	Залік
ВБ 36.	Управління конкурентоспроможністю підприємства	4	Залік
ВБ 37.	Тренінг "Виставкова діяльність"	4	Залік
ВБ 38.	Операційний менеджмент	4	Залік
ВБ 39.	Міжнародні фінанси	4	Залік
ВБ 40.	Проектний менеджмент	4	Залік
ВБ 41.	Мерчендайзинг	4	Залік
ВБ 42.	Зв'язки з громадськістю та медіа-комунікації	4	Залік
ВБ 43.	CRM системи	4	Залік
ВБ 44.	Стратегія PR-проектів	4	Залік
ВБ 45.	Методи прийняття маркетингових рішень	4	Залік
ВБ 46.	Управління маркетинговими проектами	4	Залік
ВБ 47.	Управління ризиками в маркетингу	4	Залік
ВБ 48.	Проектний аналіз	4	Залік
ВБ 49.	Корпоративний брендинг	4	Залік
ВБ 50.	Митне регулювання та управління операціями з імпорту-експорту	4	Залік
ВБ 51.	Міжнародна логістика	4	Залік
ВБ 52.	Інноваційний менеджмент	4	Залік
ВБ 53.	Реклама та PR у політичній сфері	4	Залік
ВБ 54.	Репутаційний менеджмент	4	Залік

ВБ 55.	Тренінг "Рекламний продакшен"	4	Залік
ВБ 56.	Ораторське мистецтво та speech writing	4	Залік
<b>Загальний обсяг вибіркових дисциплін</b>		<b>68</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема ОП



Прим:

OK	Обов'язкова компонента	VB	Вибіркова компонента
----	------------------------	----	----------------------

### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)</b>	<p>Кваліфікаційний екзамен складається з:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— тестової перевірки знань, що формують основні компетенції бакалаврів з спеціальності 075 – Маркетинг. На атестацію виносяться наступні нормативні дисципліни професійної та практичної підготовки за фахом: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова комунікаційна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингові дослідження»;</li><li>— комплексних кваліфікаційних (розрахунково-аналітичних) завдань, що вміщують умови залучень індивіда до певних видів діяльності, передбачених посадовими обов'язками первинних посад даного професійного профілю.</li></ul> <p>Атестація випускників проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінки якості вирішення випускниками задач діяльності, передбачених даною ОПП. Кваліфікацію випускникам надає кваліфікаційна комісія.</p>
<b>Вимоги до кваліфікаційного екзамену (екзаменів)</b>	Кваліфікаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою.



Таблиця 1

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

Класифікація компетентностей за НРК	<b>Знання</b>	<b>Уміння</b>	<b>Комунікація</b>	<b>Автономія та відповідальність</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>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>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>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 - 14</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>Спеціальні (фахові) компетентності - 14</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	К1	АВ1

Таблиця 2

Матриця відповідності програмних компетентностей відповідним компонентам освітньої програми

## Маркетинг

	О К 1.	О К 2.	О К 3.	О К 4.	О К 5.	О К 6.	О К 7.	О К 8.	О К 9.	О К 10.	О К 11.	О К 12.	О К 13.	О К 14.	О К 15.	О К 16.	О К 17.	О К 18.	О К 19.	О К 20.	О К 21.	О К 22.	О К 23.	О К 24.	О К 25.	О К 26.	О К 27.	О К 28.	О К 29.	О К 30.	О К 31.	О К 32.	О К 33.	О К 34.	О К 35.		
<b>ІК</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>ЗК1</b>	+			+																																	
<b>ЗК2</b>	+	+		+		+	+	+	+		+																										
<b>ЗК3</b>			+												+		+		+																	+	
<b>ЗК4</b>		+	+		+			+				+														+											
<b>ЗК5</b>							+			+			+													+											
<b>ЗК6</b>									+			+						+			+																
<b>ЗК7</b>									+	+					+												+		+								
<b>ЗК8</b>												+				+									+												
<b>ЗК9</b>						+								+																							
<b>ЗК10</b>					+						+																							+			
<b>ЗК11</b>													+																	+						+	
<b>ЗК12</b>						+								+			+													+							
<b>ЗК13</b>					+						+										+													+			
<b>ЗК14</b>		+							+																											+	
<b>ФК1</b>															+			+			+															+	
<b>ФК2</b>															+			+			+																+
<b>ФК3</b>																+									+							+					
<b>ФК4</b>															+								+														
<b>ФК5</b>							+																+					+				+					
<b>ФК6</b>																		+				+		+									+				
<b>ФК7</b>																							+											+			
<b>ФК8</b>													+										+								+	+			+		
<b>ФК9</b>							+																									+					
<b>ФК10</b>							+								+				+										+	+		+				+	









