

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна

від 29.05.2023 р.

Протокол № 9

Введено в дію з 2023/2024 н.р.

наказом від 01.06.2023 № 014-7/227

Проректор з науково-педагогічної роботи
Олександр ГОЛОВКО



ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

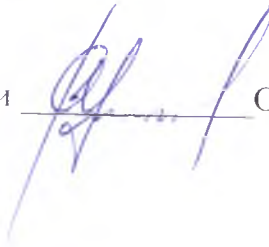
Освітню програму розглянуто та схвалено на:

1. Науково-методичній раді Харківського національного університету В.Н.Каразіна

Протокол № 8 від « 16 » 05 2023 р.

Голова науково-методичної ради,

проректор з науково-педагогічної роботи



Олександр ГОЛОВКО

2. Вчена рада економічного факультету:

протокол № 6 від «20» квітня 2023 р.

Голова Вченої ради факультету



Олександр ДАВИДОВ

3. Науково-методична комісія економічного факультету:

протокол № 9 від «19» квітня 2023 р.

Голова науково-методичної комісії факультету

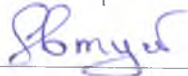


Вікторія ЄВТУШЕНКО

4. Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва:

протокол № 10 від «17» квітня 2023 р.

Завідувач кафедри



Вікторія ЄВТУШЕНКО

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

| Прізвище, ім'я, по батькові | Найменування посади (для сумісників місце основної роботи) | Науковий ступінь, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно |
|---|--|--|
| Керівник (гарант освітньо-професійної програми) | | |
| Мангушев Дмитро Валерійович | Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва | Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» диплом ДК № 063890 22.12.2010 р. Доцент по кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, атестат: 12ДЦ № 044446 |
| Члени робочої (проектної) групи | | |
| Євтушенко Вікторія Анатоліївна | 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. |
| Кузьминчук Наталія Валеріївна | 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. Нормативних документів:

- Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145–VIII;
- Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 №1556–VII;
- Класифікатор професій (КП) станом на 01.10.2015 р.;
- Класифікація видів економічної діяльності: національний класифікатор України КВЕД 009:2010;
- Національна рамка кваліфікацій: Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 (зі змінами);
- Про затвердження зміни до національного класифікатора України ДК 003–2010: наказ Мінекономрозвитку України від 02.09.2015 р. № 1084;
- Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266;
- Tuning Educational Structures in Europe;
- Національний глосарій 2014;
- Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно–аналітичний огляд.

1. Профіль освітньої програми

Маркетинговий менеджмент зі спеціальності 075 Маркетинг

| 1 – Загальна інформація | |
|---|--|
| Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу | Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, економічний факультет |
| Офіційна назва програми | Маркетинговий менеджмент Marketing Management |
| Ступінь вищої освіти та назва | Бакалавр Бакалавр маркетингу за спеціалізацією «Маркетинговий менеджмент» |
| Кваліфікація, що присвоюється | Бакалавр маркетингу, Маркетинговий менеджмент |
| Тип диплому та обсяг освітньої програми | Диплом бакалавр маркетингу, Одичний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки |
| Наявність акредитації | Сертифікат про акредитацію, серія НД – II № 2172084 від 8 липня 2014 р. протокол №110 |
| Цикл/рівень | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти НРК України – 6 рівень / Бакалавр, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень |
| Передумови | Атестат про повну загальну середню освіту, сертифікати ЗНО, диплом молодшого бакалавра. Інші вимоги визначаються правилами прийому Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна |
| Мова викладання | українська, англійська |
| Термін дії освітньої програми | 4 роки |
| Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми | http://www.econom.kharkov.ua/ https://karazinmmved.wixsite.com/mmzed |
| 2 – Мета освітньої програми | |
| Мета програми | Підготувати бакалаврів з маркетингового менеджменту, які володіють глибокими знаннями та професійними компетенціями в маркетингу та менеджменту щодо впровадження ефективних управлінських рішень на підприємстві. |
| 3 – Характеристика освітньої програми | |
| Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація) | Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Спеціалізація: «Маркетинговий менеджмент» Освітня програма є міждисциплінарною: Обов'язкова компонента становить 172 кредитів Вибіркова компонента – 68 кредитів Об'єктами вивчення є управління маркетинговою діяльністю підприємства як системи економічної безпеки підприємства, систематизації наявних і потенційних загроз в маркетинговій діяльності з метою подальшого їх усунення. Цілі навчання: |

| | |
|--|--|
| | <p>підготовка фахівців, здатних планувати та реалізовувати інноваційні концепції виробництва, ціноутворення, просування й розподілу ідей, продукції та послуг; проводити дослідження й аналіз ринків, розробляти товарні, збутові, комунікаційні та рекламні стратегії, а також створювати бренди для задоволення потреб ринкових суб'єктів і досягнення цілей організації.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i></p> <p>суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; парадигми, закони, закономірності, принципи, історичні передумови розвитку менеджменту, концепції системного, ситуаційного, адаптивного, антикризового, інноваційного, проектного менеджменту тощо; функції, методи, технології та управлінські рішення у маркетинг-менеджменті.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); – методики, що використовуються у маркетингу та менеджменту (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><i>Інструментарій та обладнання:</i> уміння та навички проводити аналіз, використовуючи сучасні інформаційні системи та програмні продукти для підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю організації.</p> <p>Форми використання ТЗН: 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 ПЗ під час пошуку та обробки аналітичної інформації при підготовці до розрахунково-аналітичних робіт тощо.</p> |
| <p>Орієнтація освітньої програми</p> | <p>Освітньо-професійна програма орієнтована на формування маркетингової діяльності за умов турбулентного господарського середовища та вимог сучасних організаційних ринків на базі аналітичних інформаційних технологій, акцент робиться на розвиток у студентів креативних управлінських здібностей і фундаментальну економічну підготовку.</p> |
| <p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p> | <p>Загальна освіта, що спрямована на підготовку фахівців керівної ланки управління з маркетинг-менеджменту для підприємств та організацій різних форм власності.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, менеджмент, маркетингова діяльність, інноваційний менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент</p> |

| | |
|---|--|
| Особливості програми | Особливості освітньо–професійної програми орієнтовані на комплекс знань і навичок в галузі маркетингу та менеджменту як процес управління всіма загальними та окремими функціями підприємства, а також усіма підрозділами фірми на основі маркетингу. |
| 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
| Придатність до працевлаштування | 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. |
| Подальше навчання | Можливість навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. |
| 5 – Викладання та оцінювання | |
| Викладання та навчання | 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. |
| Оцінювання | 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 Іспиту \ заліку (письмові Іспити та заліки з навчальних дисциплін). |
| 6 – Програмні компетентності | |
| Інтегральна компетентність | 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. |
| 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. |

| | |
|--|---|
| | <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і 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>ЗК 15. Здатність критично та креативно мислити, управляти часом, наявність емоційного інтелекту</p> |
| <p>Спеціальні компетентності (СК)</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 інноваційній 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 обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту</p> <p>СК 16. Здатність оцінювати виконані роботи, забезпечувати якість та мотивувати персонал організації</p> <p>СК 17. Здатність здійснювати контроль за виконанням планових завдань та угод.</p> |
| 7 – Програмні результати навчання | |
| <p>Програмні результати навчання</p> | <p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. 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.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПРН 19. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень</p> <p>ПРН 20. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту</p> <p>ПРН 21 Виявляти навички організаційного проектування</p> |
|--|---|

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

| | |
|---|--|
| <p>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</p> | <p>Склад викладачів освітньої програми включає науково–педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання навчальних дисциплін. 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. З метою підвищення фахового рівня всі науково–педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p> |
| <p>Специфічні характеристики матеріально–технічного забезпечення</p> | <p>Навчально-наукова робота за освітньою програмою забезпечена сучасними технічними засобами. Навчальні заняття проводяться з використанням сучасного програмного забезпечення. Використовуються як хмарні технології, так і коробкові рішення, які дозволяють студентам опанувати навички роботи з готовими CRM-системами, а також будувати бази даних відповідно до інформаційних потреб фахівців компанії. Особлива увага приділяється інформаційним технологіям аналітичної обробки інформації, управління проєктами, управління командною роботою, генерування ідей, побудови інфографіки, створення сайтів та іншому</p> |

| | |
|--|---|
| | програмному забезпеченню реалізації маркетингової діяльності. |
|--|---|

| | |
|---|---|
| Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення | <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. 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> |
|---|---|

9 – Академічна мобільність

| | |
|---|---|
| Національна кредитна мобільність | <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> |
| Міжнародна кредитна мобільність | <p>Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у міжнародних проектах за програмами академічного обміну (Erasmus Mundus, DAAD, Global UGRAD, Cambridge–UkraineStudentships тощо)</p> |
| Навчання іноземних здобувачів вищої освіти | <p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Закону «Про вищу освіту»</p> |

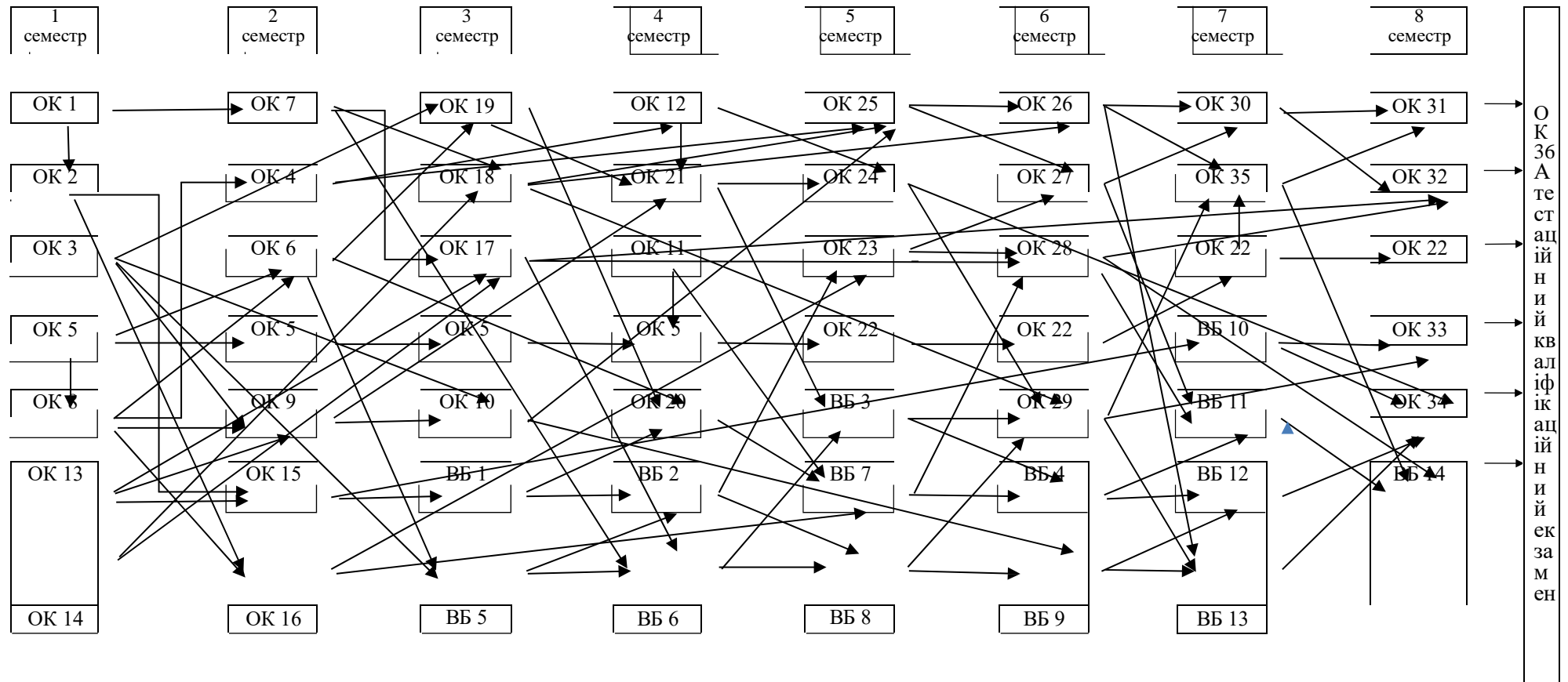
2. Перелік компонент освітньо–професійної програми та їх логічна послідовність

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 |
| Обов'язкові компоненти ОП | | | |
| ОК 1. | Історія України | 3 | Іспит |
| ОК 2. | Міжнародна економіка | 5 | Іспит |
| ОК 3. | Вища математика | 4 | Іспит |
| ОК 4. | Правознавство | 4 | Залік |
| ОК 5. | Іноземна мова | 13 | Іспит/Залік |
| ОК 6. | Інформатика | 4 | Іспит |
| ОК 7. | Технології ділового спілкування | 5 | Залік |
| ОК 8. | Економічна теорія | 4 | Іспит |
| ОК 9. | Дослідження систем управління | 4 | Іспит |
| ОК 10. | Кроскультурні комунікації | 4 | Іспит |
| ОК 11. | Економіко–математичні методи та моделі | 5 | Іспит |
| ОК 12. | Філософія | 3 | Іспит |
| ОК 13. | Економіка знань та інформаційне суспільство | 5 | Залік |
| ОК 14. | Вступ до маркетингового менеджменту | 5 | Іспит |
| ОК 15. | Європейська інтеграція | 5 | Іспит |
| ОК 16. | Економіка та фінанси суб'єктів господарювання | 5 | Залік |
| ОК 17. | Менеджмент | 4 | Іспит |
| ОК 18. | Маркетинг | 5 | Іспит |
| ОК 19. | Статистика | 4 | Іспит |
| ОК 20. | Діагностика бізнес–процесів | 4 | Залік |
| ОК 21. | Облік і оподаткування | 4 | Залік |
| ОК 22. | Іноземна мова за фахом | 12 | Залік |
| ОК 23. | Прогнозування соціально-економічних процесів | 5 | Іспит |
| ОК 24. | Маркетингова товарна політика | 5 | Іспит |
| ОК 25. | Маркетингові дослідження | 5 | Іспит |
| ОК 26. | Управління ціновою політикою | 5 | Іспит |
| ОК 27. | Операційний менеджмент | 5 | Іспит |
| ОК 28. | Маркетингова політика комунікацій | 5 | Іспит |
| ОК 29. | Управління конкурентоспроможністю підприємств | 5 | Іспит |
| ОК 30. | Маркетинг промислового підприємства | 5 | Іспит |
| ОК 31. | Інноваційний менеджмент | 5 | Іспит |
| ОК 32. | Інформаційні системи та технології в бізнесі | 5 | Залік |
| ОК 33. | Міжнародний маркетинг | 5 | Залік |
| ОК 34. | Виробнича практика | 6 | Іспит |
| ОК 35. | Атестаційний кваліфікаційний екзамен | | Іспит |
| Загальний обсяг обов'язкових дисциплін | | 172 | |
| Вибіркові компоненти ОП* | | | |
| <i>Цикл загальної підготовки (здобувач обирає 24 кредити ECTS)</i> | | | |
| 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. | Аналіз та візуалізація даних | 4 | Залік |
| ВБ 6. | Візуалізація бізнес-процесів | 4 | Залік |
| ВБ 7. | Бізнес-інформація | 4 | Залік |
| ВБ 8. | Договірне право ЄС | 4 | Залік |
| ВБ 9. | Аналітичний маркетинг | 4 | Іспит |

| | | | |
|--|---|------------|-------|
| ВБ 10. | Фінансовий аналіз маркетингу | 4 | Іспит |
| ВБ 11. | Менеджмент персоналу | 4 | Іспит |
| ВБ 12. | Кроскультурні комунікації в бізнесі | 4 | Залік |
| ВБ 13. | Система управління персоналом | 4 | Залік |
| <i>Цикл професійної підготовки (здобувач обирає 44 кредити ECTS)</i> | | | |
| ВБ 14. | Оцінка ефективності бізнесу | 4 | Залік |
| ВБ 15. | Управління вартістю підприємства | 4 | Залік |
| ВБ 16. | Фінансовий аналіз | 4 | Залік |
| ВБ 17. | Тренінг "Web-комунікації" | 4 | Іспит |
| ВБ 18. | Тренінг "Інтернет-маркетинг" | 4 | Іспит |
| ВБ 19. | Тренінг "Електронний бізнес" | 4 | Іспит |
| ВБ 20. | Психологія управління та конфліктологія | 4 | Залік |
| ВБ 21. | Менеджмент підприємницької діяльності | 4 | Залік |
| ВБ 22. | Виставковий менеджмент | 4 | Залік |
| ВБ 23. | Інфраструктура ринку товарів та послуг | 4 | Залік |
| ВБ 24. | Цінні папери та фондовий ринок | 4 | Залік |
| ВБ 25. | Стратегічний маркетинг | 4 | Залік |
| ВБ 26. | Ризик-менеджмент | 4 | Іспит |
| ВБ 27. | Контролінг | 4 | Іспит |
| ВБ 28. | Економічний аналіз | 4 | Іспит |
| ВБ 29. | Проектний менеджмент | 4 | Залік |
| ВБ 30. | Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання | 4 | Залік |
| ВБ 31. | Корпоративна соціальна відповідальність | 4 | Залік |
| ВБ 32. | Управління ризиками в маркетинг-менеджменті | 4 | Іспит |
| ВБ 33. | Моделювання ризиків в маркетингу | 4 | Іспит |
| ВБ 34. | Поведінка споживачів | 4 | Іспит |
| ВБ 35. | Аналітичний маркетинг | 4 | Іспит |
| ВБ 36. | Бізнес-інформація | 4 | Іспит |
| ВБ 37. | Система прийняття маркетингових рішень | 4 | Іспит |
| ВБ 38. | Тренінг "Комерційне посередництво" | 4 | Залік |
| ВБ 39. | Тренінг "Техніка продажів" | 4 | Залік |
| ВБ 40. | Тренінг "Організація стартапів" | 4 | Залік |
| ВБ 41. | Логістика | 4 | Залік |
| ВБ 42. | Маркетингова політика розподілу | 4 | Залік |
| ВБ 43. | Тренінг "Електронний бізнес" | 4 | Залік |
| ВБ 44. | Соціально-відповідальний маркетинг | 4 | Іспит |
| ВБ 45. | Міжнародний маркетинг | 4 | Іспит |
| ВБ 46. | Інвестиційний менеджмент | 4 | Іспит |
| Загальний обсяг вибіркового дисциплін | | 68 | |
| ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ | | 240 | |

2.2. Структурно-логічна схема ОП



Прим:

| | | | |
|----|------------------------|----|----------------------|
| ОК | Обов'язкова компонента | VB | Вибіркова компонента |
|----|------------------------|----|----------------------|

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

| | |
|--|--|
| Форми атестації здобувачів вищої освіти | Атестація здійснюється у формі кваліфікаційного Іспиту. |
| Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності) | <p>Кваліфікаційний Іспит складається з:</p> <ul style="list-style-type: none">– 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», «Маркетингове дослідження»;– комплексних кваліфікаційних (розрахунково–аналітичних) завдань, що вміщують умови залучень індивіда до певних видів діяльності, передбачених посадовими обов'язками первинних посад даного професійного профілю. <p>Атестація випускників проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінки якості вирішення випускниками задач діяльності, передбачених даною ОПІ. Кваліфікацію випускникам надає кваліфікаційна комісія.</p> |
| Вимоги до кваліфікаційного екзамену (екзаменів) | Кваліфікаційний Іспит має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо–професійною програмою. |

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми «Маркетинговий менеджмент» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

| Класифікація компетентностей за НРК | Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності | Уміння Ум1 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 | Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності |
|--|--|--|---|--|
| Загальні компетентності – 15 | | | | |
| ЗК1 | | | | АВ2 |
| ЗК2 | | | | АВ2 |
| ЗК3 | | УМ1 | К1 | |
| ЗК4 | ЗН1 | УМ1 | | |
| ЗК5 | | | К2 | АВ1 |
| ЗК6 | ЗН2 | | | |
| ЗК7 | ЗН1 | УМ1 | | АВ1 |
| ЗК8 | | УМ1 | | |
| ЗК9 | | УМ1 | | |
| ЗК10 | | | К1 | |
| ЗК11 | | | К2 | АВ1 |
| ЗК12 | | | К2 | |
| ЗК13 | ЗН2 | УМ1 | | |
| ЗК14 | | УМ1 | К2 | АВ2 |
| ЗК15 | ЗН2 | | К1 | |
| Спеціальні (фахові) компетентності – 17 | | | | |
| СК1 | ЗН1 | | К1 | |
| СК2 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК3 | | УМ1 | К1 | |
| СК4 | ЗН2 | | К1 | АВ2 |
| СК5 | ЗН2 | УМ1 | | |
| СК6 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК7 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК8 | ЗН2 | УМ1 | К1 | АВ1 |
| СК9 | ЗН1 | | К1 | |
| СК10 | ЗН1 | УМ1 | | |
| СК11 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК12 | | УМ1 | К2 | АВ1 |
| СК13 | | УМ1 | К1 | АВ1 |
| СК14 | | УМ1 | К1 | АВ1 |
| СК15 | ЗН1 | | К2 | |
| СК16 | | УМ1 | К1 | АВ1 |
| СК17 | | | | АВ2 |

