

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
освітня кваліфікація: «Бакалавр маркетингу»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

В.О. Онищенко / 

(протокол № 10 від «26» 12 2018р.)



Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з 2018р.

Ректор В.О. Онищенко / 

(Наказ № 224 від «29» 12 2018р.)

Полтава, 2018

Передмова

Розроблено робочою групою у складі:

Кузняк Богдан Ярославович – гарант освітньо-професійної програми, керівник проектної групи, доктор економічних наук, професор;

Мокляк Мирослава Володимирівна – член проектної групи, кандидат економічних наук;

Муллер Марина Вячеславівна – член проектної групи, кандидат економічних наук.

Добрянська Вікторія Вікторівна – член проектної групи, кандидат технічних наук, магістр з маркетингу.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка. Кафедра міжнародної економіки та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – бакалавр, Кваліфікація – бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Наявність акредитації	Акредитується вперше
Термін акредитації	до 01.07.2021 року
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, F Q - ENEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність атестату про повну загальну середню освіту або диплом молодшого бакалавра.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://pntu.edu.ua/uk/
2. Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють глибокими знаннями та професійними компетенціями щодо забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємства	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Програма орієнтована на формування у здобувачів здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в процесі професійної діяльності у сфері маркетингу. Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на поняттях, концепціях, принципах та їх використанні для управління системою маркетингу ринкового суб'єкта. Загальний бюджет часу на вивчення дисциплін першого (бакалаврського) рівня на базі повної загальної середньої освіти або освіти за освітньою програмою молодшого бакалавра становить 7200 годин (240 кредитів). Навчальним планом підготовки бакалаврів передбачено вивчення 59 навчальних дисциплін (циклу загальної та

	<p>професійної підготовки). Студентам надано право вибору навчальних дисциплін в обсязі, що становить не менше як 25% загальної кількості кредитів ЄКТС. Для набуття студентами практичних навичок передбачено проходження двох практик (виробнича і переддипломна із бюджетом часу 9 кредитів ЄКТС). Підсумкова атестація набутих теоретичних знань та практичних вмінь здійснюється виконанням кваліфікаційної роботи із бюджетом часу 15 кредитів ЄКТС.</p> <p>Цикл загальної підготовки (загальний бюджет часу 76 кредитів ЄКТС) містить обов'язкові (53 кредити ЄКТС) та вибіркові (23 кредити ЄКТС), що становить 32% загальної кількості кредитів ЄКТС. Цикл професійної підготовки (із загальним бюджетом часу 164 кредити ЄКТС) містить обов'язкові (127 кредитів ЄКТС) та вибіркові (37 кредити ЄКТС) навчальні дисципліни що становить 68% загальної кількості кредитів ЄКТС..</p>
Орієнтація освітньої Програми	Освітньо-професійна програма для бакалавра
Основний фокус освітньої програми	<p>Здобуття вищої освіти в галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність – 075 «Маркетинг»</p> <p>Акцент ставиться на отриманні необхідних знань і практичних навичок та формуванні професійних компетентностей у галузі маркетингу.</p>
Особливості Програми	Програма орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі маркетингу, враховує специфіку використання маркетингу в управлінні підприємств з метою проведення аналітичних досліджень і розробки маркетингових планів, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких студент визначає професійну та наукову кар'єру.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<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 фаху «Маркетинг»</p> <p>КОД КП ПРОФЕСІЙНА НАЗВА РОБОТИ</p> <p>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>3340 Інструктор із заготівельної діяльності</p> <p>3415 Комівояжер</p> <p>3415 Мерчендайзер</p>

	<p>3419 Організатор з постачання</p> <p>3419 Організатор зі збуту</p> <p>3415 Представник торговельний</p> <p>3429 Ревізор комерційний</p> <p>3413 Ріелтер</p> <p>3421 Торговельний брокер (маклер)</p> <p>3419 Торговець (власність)</p> <p>3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)</p> <p>3415 Торговець комерційний</p> <p>3413 Торговець нерухомістю</p> <p>3415 Торговець промисловий</p> <p>3415 Торговець роз'їздний</p> <p>3415 Торговець технічний</p> <p>3413 Фахівець-організатор торгівлі на ринку цінних паперів</p>
Подальше навчання	Навчання впродовж життя для вдосконалення професійної, та інших видів діяльності. Можливість продовження підготовки на наступному рівні вищої освіти (магістр), у тому числі згідно системі перехресного вступу на спеціальностях будь-яких галузей, якщо це не заборонено законодавством, за умови успішного складання відповідних вступних випробувань, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та Навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет. Самостійна робота на основі підручників та конспектів електронних освітніх ресурсів, розміщених в репозитарії ПолтНТУ.
Оцінювання	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 студентів здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
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 відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання.</p> <p>ЗК 2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.</p> <p>ЗК 3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих</p>

	<p>обов'язків.</p> <p>ЗК 4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності.</p> <p>ЗК 5. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>ЗК 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.</p> <p>ЗК 8. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 9. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в міжнародному середовищі.</p> <p>ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.</p>
<p>Фахові компетентності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Здатність демонструвати розуміння основ та історії розвитку теорії маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації.</p> <p>ФК 4. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 7. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 10. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.</p> <p>ФК 11. Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 12. Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів.</p> <p>ФК 13. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень.</p> <p>ФК 14. Здатність провадження ефективної маркетингової</p>

	діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. ФК 15. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
	<p>Програмні результати навчання визначені стандартом вищої освіти спеціальності:</p> <p>ПРН 1. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.</p> <p>ПРН 2. Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів 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. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень 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. Набути 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 під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності.</p>

	<p>ПРН 16. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програм	
Кадрове забезпечення	Усі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької / управлінської / інноваційної роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p style="text-align: center;">Офіційний сайт http://pntu.edu.ua;</p> <ul style="list-style-type: none"> - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - корпоративна пошта; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу - навчально-методичні комплекси дисциплін; - навчальні та робочі програми дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; - методичні вказівки щодо виконання курсових проектів (робіт), дипломних проектів (робіт); - критерії оцінювання рівня підготовки; - пакети комплексних контрольних робіт. <p>Освітньо-професійна програма повністю забезпечена НМК з усіх навчальних компонентів (навчальних дисциплін, практик), наявність яких представлена в модульному середовищі освітнього процесу університету.</p>
9 – Академічна мобільність .	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність для ВНЗ забезпечується співпрацею з провідними ВНЗ України задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом у відповідності до угоди про співробітництво.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ВНЗ забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом за проектами міжнародної кредитної мобільності.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.

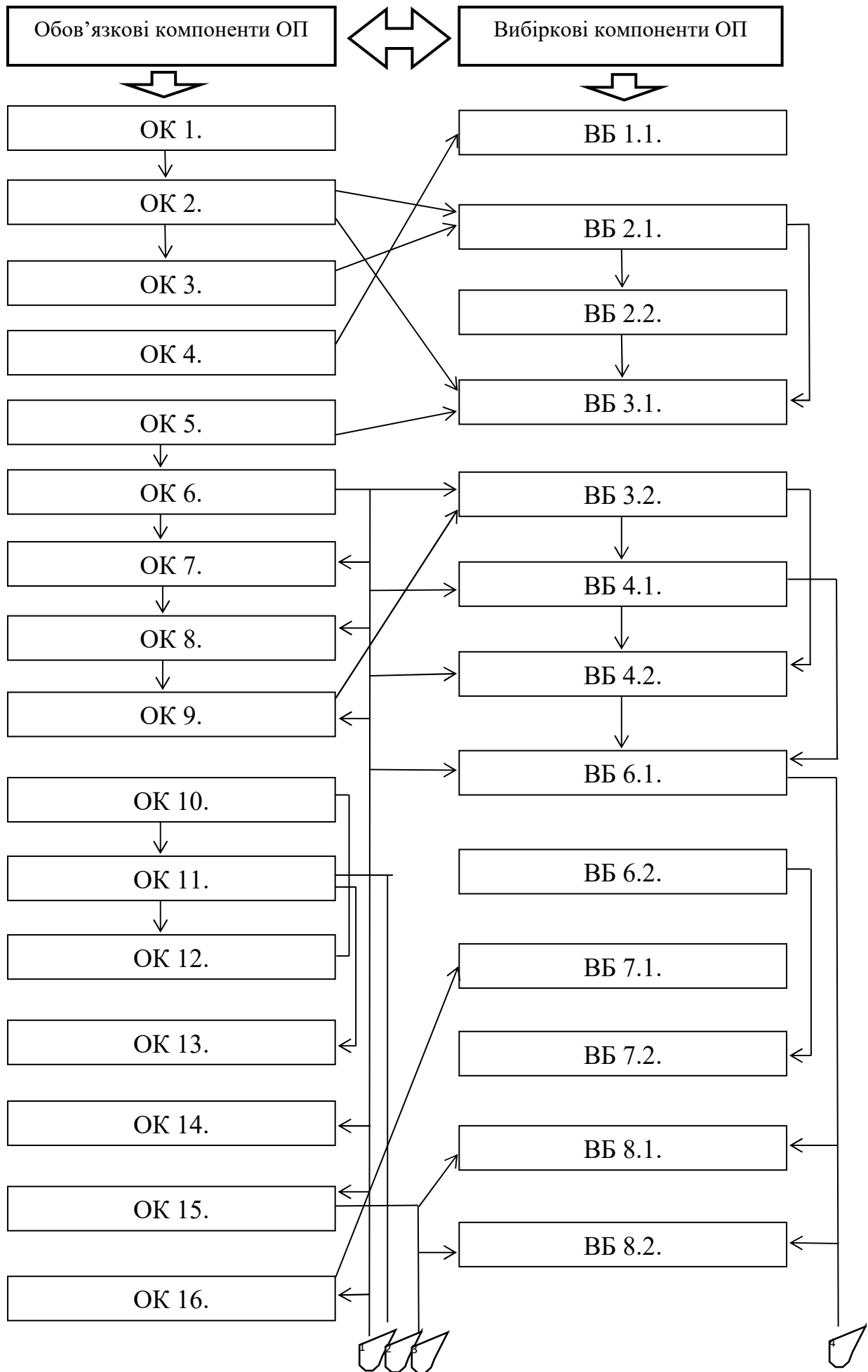
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

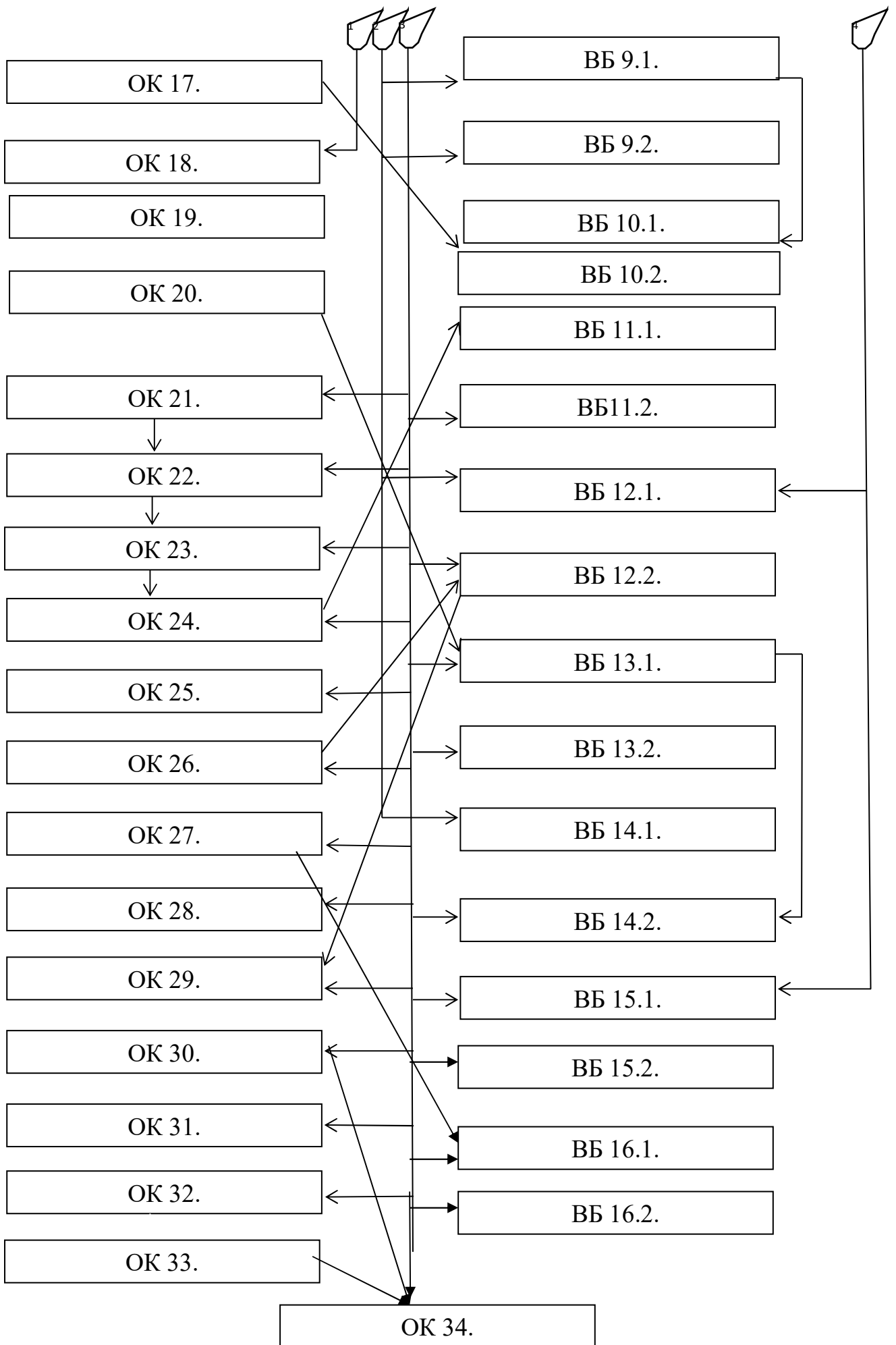
Код н/д	Компонент освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота	Кількість кредитів ECTS	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 2.	Історія України	3	екзамен
ОК 3.	Історія української культури	3	екзамен
ОК 4.	Іноземна мова	8	екзамен
ОК 5.	Філософія	3	екзамен
ОК 6.	Політична економія	5	екзамен
ОК 7.	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 8.	Макроекономіка	4	екзамен
ОК 9.	Вища математика та теорія ймовірності	7	екзамен
ОК 10.	Інформатика	6	екзамен
Разом		46	
2. Цикл професійної підготовки			
ОК 11.	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 12.	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 13.	Маркетинг	12	екзамен
ОК 14.	Фінанси	4	екзамен
ОК 15.	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ОК 16.	Маркетинг стартапів	5	екзамен
ОК 17.	Інфраструктура товарного ринку	6	екзамен
ОК 18.	Статистика	3	екзамен

1	2	3	4
ОК 19.	Вступ до спеціальності	6	екзамен
ОК 20.	Поведінка споживача	6	екзамен
ОК 21.	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 22.	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 23.	Менеджмент	4	екзамен
ОК 24.	Соціальний маркетинг	4	екзамен
ОК 25.	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 26.	Логістика	5	екзамен
ОК 27.	Електронна комерція	3	екзамен
ОК 28.	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 29.	Безпека людини	3	екзамен
ОК 30.	Галузевий маркетинг	12	екзамен
ОК 31.	Навчальна практика	3	залік
ОК 31.	Виробнича практика	6	залік
ОК 32.	Переддипломна практика	3	залік
ОК 33	Виконання кваліфікаційної роботи	15	
Разом		134	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ВБ 1.1.	Ділова іноземна мова	8	
	Англійська		залік
	Німецька		залік
	Французька		залік
ВБ 2.1.	Психологія	3	залік
ВБ 2.2.	Логіка		залік
ВБ 3.1.	Лауреати Нобелівської премії в галузі економіки	3	залік
ВБ 3.2.	Історія економіки та економічної думки		залік

1	2	3	4
ВБ 4.1.	Національна економіка	3	залік
ВБ 4.2.	Соціальна економіка		залік
ВБ 6.1.	Транснаціоналізація економіки та економічна політика держави	4	залік
ВБ 6.2.	Сучасні економічні теорії		залік
ВБ 7.1	Зовнішньоекономічна діяльність підприємств	3	залік
ВБ 7.2	Глобалістика		залік
ВБ 8.1	Оптимізаційні методи та моделі	4	залік
ВБ 8.2	Економетрика		залік
2. Цикл професійної підготовки			
ВБ 9.1	Гроші та кредит	3	залік
ВБ 9.2	Електронна торгівля		залік
ВБ 10.1	Основи комерційної діяльності	3	залік
ВБ 10.2	Підприємництво та бізнес культура		залік
ВБ 11.1	Управління продажами	4	залік
ВБ 11.2	Маркетинг закупівель		залік
ВБ 12.1	Маркетинг у банку	5	залік
ВБ 12.2	Математичні та статистичні методи в маркетингу		залік
ВБ 13.1	Міжнародний маркетинг	4	залік
ВБ 13.2	Міжнародна торгівля		залік
ВБ 14.1	Організація праці маркетолога	4	залік
ВБ 14.2	Планування і контроль на підприємстві		залік
ВБ 15.1	Паблік рилейшнз	5	залік
ВБ 15.2	Реклама і рекламна діяльність		залік
ВБ 16.1	Підприємницьке право	4	залік
ВБ 16.2	Чинники успішного працевлаштування		залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОПП





3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075«Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи та завершується видачею студентові документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавр із маркетингу.

Вибіркові навчальні дисципліни

PH17	PH16	PH15	PH14	PH13	PH12	PH11	PH10	PH9	PH8	PH7	PH6	PH5	PH4	PH3	PH2	PH1	
+	+	+															ББ 1.1.
+	+	+		+		+			+		+	+		+		+	ББ 2.1.
+	+	+	+	+	+	+					+						ББ 2.2.
	+	+				+					+						ББ 3.1.
	+	+				+								+			ББ 3.2.
	+	+				+		+	+					+	+		ББ 4.1.
	+				+	+		+						+	+		ББ 4.2.
+	+			+		+		+						+	+		ББ 6.1.
+	+	+		+		+		+						+	+		ББ 6.2.
	+	+		+		+		+						+	+		ББ 7.1.
	+	+		+	+	+				+	+			+	+		ББ 7.2.
	+	+				+		+	+		+		+				ББ 8.1.
	+	+				+		+	+		+		+				ББ 8.2.
	+	+		+		+					+			+	+		ББ 9.1.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 9.2.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 10.1.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 10.2.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 11.1.
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 11.2.
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 12.1.
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 12.2.
	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 13.1.
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	ББ 13.2.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 14.1.
+	+	+		+		+	+				+			+	+	+	ББ 14.2.
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 15.1.
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 15.2.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	ББ 16.1.
	+	+	+	+		+	+	+			+			+	+	+	ББ 16.2.