

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

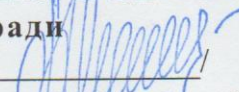
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

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 № 15 від «26» 02 2020 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з 01.09. 2020р.

Ректор В.О. Онищенко / 

(Наказ № 37 від «11» 05. 2020р.)

Полтава, 2020

Передмова

Розроблено робочою групою у складі:

Мокляк Мирослава Володимирівна – гарант освітньо-професійної програми, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємництва та маркетингу;

Кузняк Богдан Ярославович – член проектної групи, доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємництва та маркетингу.

Добрянська Вікторія Вікторівна – член проектної групи, кандидат технічних наук, магістр з маркетингу, доцент кафедри економіки підприємництва та маркетингу.

Зовнішні та внутрішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньо-професійної програми:

Латиш Наталія Сергіївна – директор компанії Реклама «Есфі» Дизайн, директор Української асоціації візуальної індустрії

Сафонов Микола Сергійович – директор Фірми «Діамант» ЛТД

Верпета Ярослав Вікторович – випускник спеціальності 075«Маркетинг», 2020 р.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – бакалавр, Освітня 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
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:// nupp.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))	<p>07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: 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>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>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).</p> <p>Навчальним планом підготовки бакалаврів передбачено вивчення 60 навчальних дисциплін (циклу загальної та 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 трьох практик (навчальна, виробнича і переддипломна із бюджетом часу 12 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 81 кредит ЄКТС) містить обов'язкові (57 кредитів ЄКТС) та вибіркові (24 кредити ЄКТС), що становить 34% загальної кількості кредитів ЄКТС. Цикл професійної підготовки (із загальним бюджетом часу 159 кредитів ЄКТС) містить обов'язкові (123 кредити ЄКТС) та вибіркові (36 кредитів ЄКТС) навчальні дисципліни що становить 66% 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 здобувач першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти 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	<p>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.</p>
5 –Викладання та оцінювання	
Викладання та Навчання	<p>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 Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».</p>

Оцінювання	<p>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.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна Компетентність	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)	<p>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> <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>Спеціальні (фахові) компетентності</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>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. 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>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. 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>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<p>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програм</p>	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>Усі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку 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.</p>
<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>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.</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Офіційний сайт http://nupr.edu.ua; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти 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 ЗВО забезпечується співпрацею з провідними ЗВО України задля організації взаємного обміну здобувачами першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, викладачами та адміністративним персоналом у відповідності до угоди про співробітництво.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну здобувачами першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, 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.

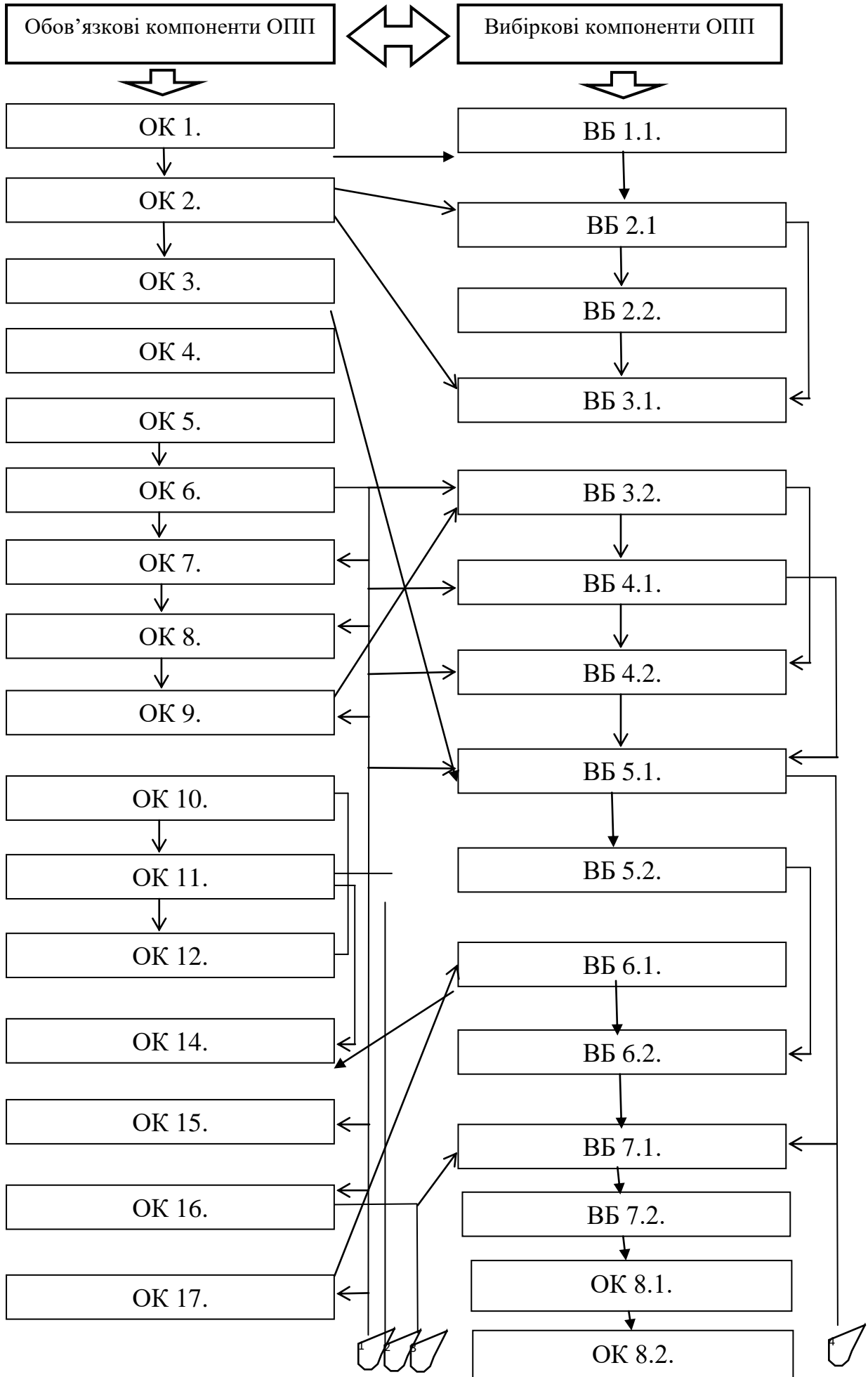
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

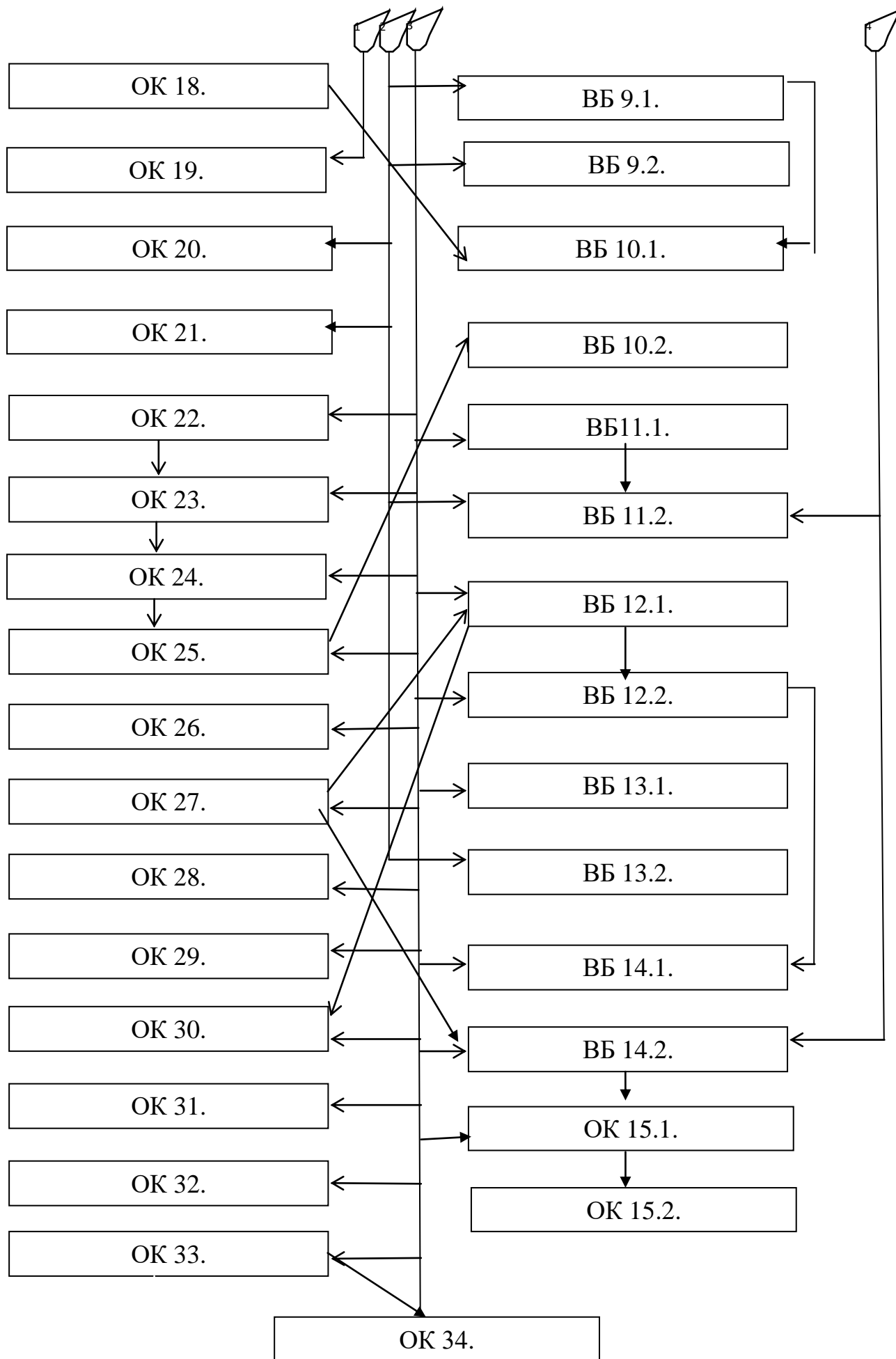
Код н/д	Компонент освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ECTS	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
ОК 2.	Історія України та історія української культури	4	Екзамен
ОК 3.	Філософія	3	Екзамен
ОК 4.	Політична економія	5	Екзамен
ОК 5.	Мікроекономіка	4	Екзамен

1	2	3	4
ОК 6.	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 7.	Вища та прикладна математика	7	Екзамен
ОК 8.	Інформатика	6	Екзамен
ОК 9.	Психологія	4	Екзамен
ОК 10.	Правознавство та основи конституційного права	6	Екзамен
ОК 11.	Корпоративна соціальна відповідальність	3	Екзамен
ОК 12.	Іноземна мова - Англійська - Німецька - Французька	8	Залік
			Залік
			Залік
			Екзамен
ОК 13.	Фізичне виховання		Залік
Разом		57	
2. Цикл професійної підготовки			
ОК 14.	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 15.	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 16.	Маркетинг	12	екзамен
ОК 17.	Фінанси, гроші і кредит	5	екзамен
ОК 18.	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ОК 19.	Інфраструктура товарного ринку	6	екзамен
ОК 20.	Статистика	3	екзамен
ОК 21.	Вступ до спеціальності	6	екзамен
ОК 22.	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 23.	Аналіз підприємницької діяльності	6	екзамен
ОК 24.	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 25.	Менеджмент	4	екзамен
ОК 26.	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 27.	Логістика	5	екзамен
ОК 28.	Електронна комерція	3	екзамен
ОК 29.	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 30.	Галузевий маркетинг	12	екзамен
ОК 31.	Навчальна практика	3	залік
ОК 32.	Виробнича практика	6	залік
ОК 33.	Переддипломна практика	3	залік
ОК 34.	Виконання кваліфікаційної роботи	15	
Разом		123	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	

1	2	3	4
Вибіркові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ВБ 1.1.	Ділова іноземна мова	8	
	Англійська		залік
	Німецька		залік
	Французька		залік
ВБ 2.1.	Безпека людини	3	залік
ВБ 2.2.	Охорона праці в галузі		залік
ВБ 3.1.	Лауреати Нобелівської премії в галузі економіки	3	залік
ВБ 3.2.	Історія економіки та економічної думки		залік
ВБ 4.1.	Національна економіка	3	залік
ВБ 4.2.	Соціальна економіка		залік
ВБ 5.1.	Основи підприємницької діяльності	3	залік
ВБ 5.2.	Глобалістика		залік
ВБ 6.1	Оптимізаційні методи та моделі	4	залік
ВБ 6.2	Економетрика		залік
2. Цикл професійної підготовки			
ВБ 7.1	Прогнозування в маркетингу	3	залік
ВБ 7.2	Маркетингові інформаційні системи		залік
ВБ 8.1	Управління витратами	3	залік
ВБ 8.2	Підприємництво та бізнес культура		залік
ВБ 9.1	Управління продажами	4	залік
ВБ 9.2	Маркетинг закупівель		залік
ВБ 10.1	Поведінка споживача	5	залік
ВБ 10.2	Маркетинг у банку		залік
ВБ 11.1	Міжнародний маркетинг	4	залік
ВБ 11.2	Міжнародна торгівля		залік
ВБ 12.1	Обґрунтування господарчих рішень і оцінювання ризиків	4	залік
ВБ 12.2	Математичні та статистичні методи в маркетингу		залік
ВБ 13.1	Паблік рилейшнз	5	залік
ВБ 13.2	Реклама і рекламна діяльність		залік
ВБ 14.1	Маркетинг стартапів	4	залік
ВБ 14.2	Маркетинг інновацій		залік
ВБ 15.1	Організація праці маркетолога	4	залік
ВБ 15.2	Планування та організація маркетингової діяльності		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 роботи та завершується видачею здобувачеві першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти документа встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавр маркетингу.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

