

Міністерство освіти і науки України
ПрАТ «Приватний вищий навчальний заклад
«Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій»

Схвалено

Затверджено

Вченою радою ПрАТ «ПВНЗ
«Запорізький інститут економіки та
інформаційних технологій»
Протокол №1 від 28.08.2019 р.



Ректор ПрАТ «ПВНЗ «Запорізький
інститут економіки та
інформаційних технологій»

Г. В. Туровцев

2019 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ	-
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	1-й бакалаврський
СТУПІНЬ	Бакалавр
ОБСЯГ ПРОГРАМИ	240 кредитів ЄКТС

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО кафедрою маркетингу та менеджменту і туризму Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій

РОЗГЛЯНУТО на засідання науково-методичної ради Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій (Протокол НМР ЗІЕІТ № 1 від 28.08.2019 р.)

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

наказом ректора Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій, д.ф.-м.н., проф. Туровцевим Г.В. (Протокол вченої ради ЗІЕІТ № 1 від 28.08.2019 р.)

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

1. Керівник завідувач кафедри маркетингу та менеджменту і туризму, доктор економічних наук, доцент

Постол А.А.

Члени проектної групи:

2. Доцент кафедри маркетингу, менеджменту і туризму, кандидат економічних наук, доцент

Венгерова О.В.


3. Доцент кафедри маркетингу, менеджменту і туризму, кандидат економічних наук, доцент

Волошина К.А.


Гарант освітньої програми

«» Постол А.А.
(підпис) (ініціали, прізвище)


Декан _____ факультету

«» Перова Т.О.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Керівник навчального відділу

«» Сташкевичус О.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Проректор з навчальної роботи

«» Швець Д.Є.
(підпис) (ініціали, прізвище)

I. ПРЕАМБУЛА

Освітня програма (ОП) для підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЕКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти; перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма.

II. Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти (освітній ступінь)	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none">• <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.• <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.• <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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.• <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

	<ul style="list-style-type: none"> <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права випускників	Випускник бакалаврського рівня вищої освіти може продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Працевлаштування випускників (тільки для регульованих професій)	<p>Випускники-бакалаври спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема:</p> <p>4131 Агент з постачання 3415 Агент комерційний (торговельний) Представник торговельний 3429 Агент рекламний Представник з реклами Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 1233 Директор з маркетингу Директор комерційний Начальник відділу збуту (маркетингу); 1226.1 Директор з матеріально-технічного постачання; 2419.2 Економіст зі збуту Консультант з маркетингу Рекламист Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2441.2 Економіст із ціноутворення 1229.6 Завідувач виставки 1224 Завідувач складу 3116 Закупник 3419 Інспектор торговельний Організатор з постачання Організатор з збуту 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним); 3415 Комівояжер Мерчандайзер 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю 1476.1 Менеджер з реклами 1210 Начальник агентства (рекламно-інформаційного); 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю).</p>

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

- Обсяг освітньої програми бакалавра*
- на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;
 - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста):
 - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;
 - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.

Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.

IV. Перелік компетентностей випускника

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	<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</p>

	<p>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>

**V – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ
У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Програмні результати навчання	Зміст
	<p><i>P1.</i> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p><i>P2.</i> Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p><i>P3.</i> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p><i>P4.</i> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p><i>P5.</i> Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів.</p> <p><i>P6.</i> 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><i>P7.</i> Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p><i>P8.</i> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p><i>P9.</i> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p><i>P10.</i> 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><i>P11.</i> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта.</p> <p><i>P12.</i> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p><i>P13.</i> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>

<p><i>P14.</i> Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p><i>P15.</i> 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><i>P16.</i> Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p><i>P17.</i> Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p><i>P18.</i> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>

**СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ
ПЕРШОГО ОСВІТНЬОГО РІВНЯ
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»**

№	Назва дисципліни (виду роботи)	Кіль- кість кредитів за ECTS	Загальни й обсяг навчальн ої роботи, годин	Аудитор не наванта ження, годин	Самост іна робота, годин	Форма контролю/ Семестр
1. Цикл дисциплін гуманітарної підготовки						
1	Історія України	3	90	30	60	іспит (1 сем.)
2	Історія української культури (культурологія)	3	90	30	60	іспит (1 сем.)
3	Соціологія	3	90	30	60	іспит (2 сем.)
4	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	90	30	60	іспит (2 сем.)
5	Філософія	3	90	30	60	іспит (3 сем.)
6	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8	240	80	160	залік (1-3 сем.) іспит (4 сем.)
Разом		23	690	230	460	-
2. Цикл соціально-економічної та природничо-наукової (фундаментальної) підготовки						

№	Назва дисципліни (виду роботи)	Кількість кредитів за ECTS	Загальний обсяг навчальної роботи, годин	Аудиторне навантаження, годин	Самостійна робота, годин	Форма контролю/ Семестр
7	Економічна теорія (політична економія, макроекономіка, мікроекономіка)	12	360	120	240	Іспит (1-3 сем.)
8	Інформатика та комп'ютерна техніка	4	120	40	80	Іспит (1 сем.)
9	Вища математика	6	180	60	120	Іспит (1 сем.)
10	Теорія ймовірності і математична статистика	3	90	30	60	Іспит (2 сем.)
11	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	90	30	60	Залік (2 сем.)
12	Історія економіки та економічної думки	3	90	30	60	Залік (3 сем.)
13	Економіко- математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрія)	7	210	70	140	Іспит (3 сем.)
Разом		38	1140	380	760	-
3. Цикл професійної та практичної підготовки						
14	Фінанси	4	120	40	80	Іспит (3 сем.)
15	Менеджмент	4	120	40	80	Іспит (3 сем.)
16	Економіка підприємства	4	120	40	80	Іспит (4 сем.)
17	Бухгалтерський облік	4	120	40	80	Іспит (4 сем.)
18	Економічна статистика	4	120	40	80	залік (4 сем.)
19	Регіональна економіка	4	120	40	80	залік (4 сем.)
20	Гроші і кредит	4	120	40	80	Іспит (5 сем.)

№	Назва дисципліни (виду роботи)	Кількість кредитів за ECTS	Загальний обсяг навчальної роботи, годин	Аудиторне навантаження, годин	Самостійна робота, годин	Форма контролю/ Семестр
21	Поведінка споживачів	3	90	30	60	Іспит (5 сем.)
22	Логістика	3	90	30	60	Іспит (5 сем.)
23	Маркетингові дослідження	3	90	30	60	Іспит (5 сем.)
24	Курсова робота з дисципліни " Маркетингові дослідження "	1	30	-	-	Залік (5 сем.)
25	Міжнародні економічні відносини	4	120	40	800	Залік (5 сем.)
26	Маркетинг	8	240	80	160	Залік (5 сем.) Іспит (6 сем.)
27	Маркетингова товарна політика	3	90	30	60	Іспит (6 сем.)
28	Курсова робота з дисципліни "Маркетингова товарна політика"	1	30	-	-	залік (6 сем.)
29	Основи маркетингу в соціальних мережах	3	90	30	60	Іспит (6 сем.)
30	Курсова робота з дисципліни "Основи маркетингу в соціальних мережах"	1	30	-	-	Залік (7 сем.)
31	Маркетинг промислового підприємства	3	90	30	60	Іспит (7 сем.)
32	Маркетингове ціноутворення	3	90	30	60	Іспит (7 сем.)
33	Маркетинг послуг	3	90	30	60	Іспит (7 сем.)

№	Назва дисципліни (виду роботи)	Кількість кредитів за ECTS	Загальний обсяг навчальної роботи, годин	Аудиторне навчання, годин	Самостійна робота, годин	Форма контролю/ Семестр
34	Економіка праці і соціально- трудові відносини	4	120	40	80	Залік (7 сем.)
Разом		71	2130	680	1450	-
4. Цикл дисциплін вільного вибору студента						
40	Політологія	3	90	30	60	Залік (1 сем.)
	Політичні інститути та процеси					
41	Правознавство	3	90	30	60	Залік (1 сем.)
	Трудове та соціальне право					
42	Екологія	3	90	30	60	Залік (1 сем.)
	Соціальна екологія					
43	Господарське право	3	90	30	60	Залік (2 сем.)
	Фінансове право					
44	Інформаційні системи і технології (в галузі)	3	90	30	60	Залік (3 сем.)
	Аналіз господарської діяльності					
45	Комунікаційна діяльність	3	90	30	60	Залік (4 сем.)
	Регіональний маркетинг					
46	Інфраструктура товарного ринку	3	90	30	60	Залік (4 сем.)
	Рекламний креатив					
47	Електронна комерція	3	90	30	60	Залік (сем.5)
	Основи підприємництва та бізнес планування					
48	Економічний механізм маркетингу	3	90	30	60	Залік (сем.5)
	Прогнозування кризових явищ у економіці					
49	Економічний аналіз	3	90	30	60	Іспит (сем.5)
	Антикризове управління					
50	Фінансовий аналіз	3	90	30	60	Залік

№	Назва дисципліни (виду роботи)	Кількість кредитів за ECTS	Загальний обсяг навчальної роботи, годин	Аудиторне навчання, годин	Самостійна робота, годин	Форма контролю/ Семестр
	Брендинг					(сем.6)
51	Інвестування	3	90	30	60	Залік (сем.6)
	Ризики у маркетингу					
52	Товарознавство	3	90	30	60	Залік (сем.6)
	Корпоративна культура					
53	Ціноутворення	3	90	30	60	Залік (сем.6)
	WEB-дизайн					
54	Маркетинг відносин	4	120	40	80	Іспит (сем.7)
	Соціальний маркетинг					
55	Маркетинговий аудит	4	120	40	80	Іспит (сем.7)
	Міжнародний маркетинг					
56	Комерційна діяльність	3	90	30	60	Залік (сем. 7)
	Рекламне стимулювання збуту					
57	Public relations	4	120	40	80	Залік (сем. 7)
	Організація бізнес презентацій					
58	Маркетингові комунікації	3	90	30	60	Залік (сем. 7)
	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг					
Разом		39	1170	390	780	-
5. ПРАКТИКА						
5.1	Практика 1: ознайомча	6	180	-	180	-
5.2	Практика 2: професійна	6	180	-	180	-
5.3	Практика 3: виробнича	6	180	-	180	-
5.4	Практика 4: переддипломна	6	180	-	180	-
Разом		24	720	-	720	-
6. ДИПЛОМУВАННЯ						

№	Назва дисципліни (виду роботи)	Кількість кредитів за ECTS	Загальний обсяг навчальної роботи, годин	Аудиторне навчання, годин	Самостійна робота, годин	Форма контролю/ Семестр
6.1	Підготовка та захист бакалаврської дипломної роботи	24	720	-	720	-
Разом за освітньою програмою		240	7200	1900	5300	

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі: <ul style="list-style-type: none"> ▪ публічного захисту дипломної роботи бакалавра за спеціальністю 075 Маркетинг, визначеному науково-методичною радою ЗІЕІТ.
Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи (за наявності)	<p>Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій розробляє та затверджує:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) положення про екзаменаційну комісію (ЕК); 2) порядок перевірки кваліфікаційних дипломних бакалаврських робіт на плагіат; 3) нормативи виконання кваліфікаційних дипломних бакалаврських робіт. <p>Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється ЕК, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.</p> <p>Атестація здійснюється відкрито і публічно.</p> <p>Дипломна робота бакалавра допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений у ЗІЕІТ.</p> <p>Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи:</p> <p>Кваліфікаційна дипломна бакалаврська робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації бакалавра з економіки для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома.</p> <p>Дипломна робота бакалавра є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності.</p>

VIII. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ

БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

A. Офіційні документи:

1. Закон «Про вищу освіту» - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Конституція України.
4. Лист МОН України No1/9-120 від 11.03.2015 «Про організацію вивчення гуманітарних дисциплін».
5. Лист МОН України No1/9-126 від 13.03.2015 р. «Щодо особливостей організації освітнього процесу та формування навчальних планів у 2015/2016 навчальному році» з урахуванням стандарту вищої освіти України з даної спеціальності.
6. Наказу МОН України «Про особливості формування навчальних планів на 2015/2016 навчальний рік» No47 від 26.01.2015 р.
7. Національна рамка кваліфікації – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
8. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010.– К. : Видавництво «Соцінформ», 2010.
9. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010.
10. Перелік галузей знань і спеціальностей – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
11. Постанова Кабінету Міністрів України від 15.04.2015 р. No244 «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти».
12. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. No1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
13. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. No266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
14. Постанова КМУ від 15 квітня 2015 р. No216 Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 22 серпня 1996 р. No992 «Про Порядок працевлаштування випускників вищих навчальних закладів, підготовка яких здійснювалась за державним замовленням».
15. Постанови Кабінету Міністрів No1187 від 30.12.2015 р. «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти».
16. Про затвердження та введення в дію Методичних рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти – Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2016. - № 600. - <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/5555>
17. ESG – <http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and->

guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.

18. ISCED (МСКО) 2011 –
<http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.
19. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 –
<http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

Б. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

20. Добко Т. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні : інформаційно-аналітичний огляд / Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С., Линьова І., Луговий В., Прохор І., Рашкевич Ю., Сікорська І., Таланова Ж., Фініков Т., Шаров С.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с.

21. Захарченко В. М. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. – К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. – 100 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf

22. Захарченко В. М. Розроблення освітніх програм : методичні рекомендації / В. М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf

23. Правові засади реалізації Болонського процесу в Україні : монографія / Кол. авторів: Бугров В., Гожик А., Жданова К., Зарубінська І., Захарченко В., Калашнікова С., Козієвська О., Линьова І., Луговий В., Оржель О., Рашкевич Ю., Таланова Ж., Шитікова С.; за заг. ред. В. Лугового, С. Калашнікової. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 156 с.

24. Рашкевич Ю. М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти : монографія / Ю. М. Рашкевич. – Львів : В-тво Львівської політехніки, 2014. – 168 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>

25. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – К. : ТОВ «ЦС», 2015. – 32 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf

26. International Standard Classification of Education ISCED (МСКО). – 2011 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>

Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	+				+		+		+
Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.					+				+
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.				+			+		+
Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.			+		+				+
Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.		+					+		
Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.		+			+				+
Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.		+	+		+		+		
Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.			+		+		+		+
Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.			+						
Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.		+		+		+			+
Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.		+			+				+
Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	+				+		+		+
Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	+			+		+			+
Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	+			+			+		+

Таблиця 3

Матриця відповідностей компетентностей випускника за спеціальністю 075 «Маркетинг» та дисциплін навчального плану (цикл соціально-економічної та природничо-наукової (фундаментальної) підготовки)

Компетентності	Дисципліни										
	7	8	9	10	11	12	13	42А	44А	45А	46А
Загальні											
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.	+		+	+	+						+
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.	+	+				+		+	+	+	+
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.		+			+				+		
Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.											+
Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	+			+			+		+		
Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.		+			+			+			+
Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	+								+		
Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.				+	+				+	+	+
Здатність спілкуватися іноземною мовою.	+				+			+	+	+	+
Здатність працювати в команді.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп			+		+			+	+	+	+

різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).											
Здатність працювати в міжнародному контексті.	+		+		+				+	+	+
Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.		+					+	+			
Спеціальні (фахові)											
Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	+				+				+	+	+
Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	+				+	+			+	+	+
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.											
Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	+			+		+		+			+
Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.			+					+			
Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	+			+	+			+	+		+
Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	+				+	+	+		+		+
Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	+	+		+		+		+	+		+
Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.	+					+		+		+	
Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо				+		+			+		+

підвищення їх ефективності.											
Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.							+		+		
Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	+	+									
Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.				+	+			+			+
Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	+				+				+		

Таблиця 4

**Матриця відповідностей компетентностей випускника за спеціальністю 075 «Маркетинг» та дисциплін
навчального плану (цикл професійної та практичної підготовки)**

Компетентності	Дисципліни																				
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
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.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+				+	+	+
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.																					
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.		+				+				+			+				+				+
Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.							+						+		+						
Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	+					+								+			+				+
Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.				+			+			+		+			+		+		+		
Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.			+	+						+											+
Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	+	+	+	+		+			+	+	+				+						+
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.		+	+		+		+	+			+									+	
Здатність спілкуватися іноземною мовою.	+	+	+	+		+			+	+			+		+				+		+
Здатність працювати в команді.	+	+	+	+				+	+	+					+					+	+
Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).			+			+		+							+			+			
Здатність працювати в	+	+	+	+				+	+	+			+		+						+

міжнародному контексті.																					
Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	+		+	+				+		+	+		+				+			+	
Спеціальні (фахові)																					
Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	+	+	+	+			+	+	+	+					+		+				
Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.		+	+	+					+	+	+		+		+			+			+
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	+	+	+	+	+				+	+		+			+	+		+		+	+
Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	+	+		+		+			+	+					+			+			+
Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.				+					+	+					+			+			+
Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах			+				+			+			+					+		+	

маркетингової діяльності.																					
Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.		+			+			+		+			+		+			+		+	
Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	+		+		+			+				+			+						+
Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.				+				+	+					+			+				+
Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.				+				+	+					+			+				+
Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.			+	+				+	+					+			+			+	+
Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	+	+	+	+		+			+	+				+			+				+

Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.			+	+					+	+					+			+			+
Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	+		+	+					+												

розуміння професійної діяльності.																		
Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.		+		+					+				+	+	+	+	+	
Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	+	+		+				+			+		+	+	+	+		
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.				+				+			+				+			
Здатність спілкуватися іноземною мовою.	+			+				+					+				+	
Здатність працювати в команді.		+						+			+				+			+
Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).										+				+	+	+	+	
Здатність працювати в міжнародному контексті.		+				+				+		+	+	+	+	+	+	
Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	+			+				+					+	+	+	+	+	
Спеціальні (фахові)																		
Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.		+				+				+				+	+	+	+	
Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.		+				+				+			+	+	+	+	+	
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	+	+				+				+				+	+	+	+	+

Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	+		+							+				+	+	+	+	+
Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.		+								+			+	+	+	+	+	+
Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.		+								+			+	+	+	+	+	+
Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.		+		+						+			+	+	+	+	+	+
Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.		+		+						+			+					+
Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	+		+					+						+			+	
Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.				+		+				+			+					+
Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.		+			+			+				+		+			+	
Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	+	+		+						+				+	+	+	+	
Здатність планування і провадження	+									+			+	+	+	+	+	+

ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.																		
Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.		+			+		+		+				+	+	+	+		

1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр

