

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

кваліфікація «Бакалавр маркетингу»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ / _____ /

(протокол № __ від «__» _____ 2020 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з «__» _____ 2020 р.

Харків – 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти **Перший (бакалаврський)**
Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**
Спеціальність **075 «Маркетинг»**
Кваліфікація **Бакалавр маркетингу**

Розробники програми:

Прізвище, ім'я, по-батькові	Науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис
Мандич О.В., керівник проєктної групи	д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій	
<i>члени проєктної групи</i>		
Сєвідова І.О.	д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій	
Заїка С.О.	к.е.н., доцент, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту	
Грідін О.В.	к.е.н., старший викладач ЗВО (кафедра організації виробництва, бізнесу та менеджменту)	

РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО:

Кафедрою маркетингу та медіакомунікацій

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Завідувач кафедри _____ / _____ /

РЕКОМЕНДОВАНО:

Науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Голова науково-методичної комісії _____ / _____ /

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Голова вченої ради _____ / _____ /

СХВАЛЕНО:

Науково-методичною радою Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Голова науково-методичної ради _____ / _____ /

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною групою на базі кафедри маркетингу та медіакомунікацій Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка у складі: д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій Мандич Олександра Валеріївна (керівник проєктної групи), д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій Сєвідова Ірина Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Заїка Світлана Олександрівна та к.е.н., старший викладач ЗВО (кафедра організації виробництва, бізнесу та менеджменту) Грідін Олександр Володимирович.

Освітньо-професійна програма схвалена науково-методичною радою та затверджена Вченою радою ХНТУСГ.

1. Профіль освітньо-професійної програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка Навчально-науковий інститут бізнесу і менеджменту Кафедра маркетингу та медіакомунікацій
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, – 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.
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта або наявність ступеня молодшого бакалавра або ступеня молодшого спеціаліста
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Безстроково
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.new.khntusg.com.ua

2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з організації та управління маркетинговою діяльністю підприємств, організацій, установ різних форм для забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в сучасних умовах функціонування в ринковому середовищі, здатних формувати та вирішувати складні практичні завдання, використовуючи комплекс базової теорії, інноваційні моделі та новітні технології прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу.	
3. – Цілі освітньої програми	
<p>1. Підготовка фахівців для підприємств, організацій, установ різних сфер діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, мають комплекс організаційних, аналітичних, проектних, управлінських та професійних компетентностей, проявляють ділову активність та здатність самостійного прийняття виважених рішень.</p> <p>2. Формування у майбутніх фахівців навичок ініціативності й креативності, потреб до постійного саморозвитку та самовдосконалення, вмінь самостійного поглиблення спеціалізації та проведення наукових досліджень в професійній сфері, здатності швидкої адаптації в сучасних динамічних умовах до викликів, які характеризуються невизначеністю, а також формування високого рівня соціальної відповідальності.</p> <p>3. Забезпечення вітчизняних суб'єктів бізнесу висококваліфікованими фахівцями в сфері маркетингу, здатними генерувати, імплементувати та реалізовувати новітні управлінські моделі в професійній сфері з метою виведення на новий рівень їх виробничо-комерційної діяльності.</p> <p>4. Формування найбільш повного поєднання в моделі «освіта – наука - виробництво» з метою отримання фахівців, які впроваджуватимуть на практиці в професійній діяльності новітні здобутки та кращі результати, отримані в процесі теоретичного навчання та науково-дослідницької роботи.</p>	
4 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p>Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів в різних сферах діяльності.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями в організаційній, аналітичній, проектній та управлінській сферах із застосуванням новітніх технологій та інноваційних підходів, необхідних 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, ринкові технології та моделі бізнес аналітики; 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 імплементції маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців маркетингу, здатних в практичній діяльності використовувати набуті компетентності.

<p>Особливості програми</p>	<p>Освітньо-професійна програма орієнтована на підготовку фахівців маркетингу, здатних критично мислити, проявляти креативність та підприємницьку ініціативність, використовувати комунікації в якості базису результативності маркетингових відносин в бізнес-середовищі. Міждисциплінарність й багатопрофільність теоретичної та практичної підготовки фахівців формує комплекс знань та умінь, які повністю охоплюють весь процес провадження виробничо-комерційної діяльності будь-якої організації, що дозволяє фахівцям з маркетингу розширювати професійні компетентності.</p> <p>Унікальністю даної освітньо-професійної програми є використання блокової системи у відповідності до обраної траєкторії вільного вибору напрямів навчання здобувача вищої освіти. При формуванні блоків обрані дисципліни, які є найбільш необхідними в сучасних умовах функціонування суб'єктів бізнесу та користуються у стейкхолдерів найбільшим попитом. Зокрема, це: блок правового спрямування; блок поглибленого економіко-математичного, стратегічного й проектного аналізу; блок вивчення інноваційних систем та моделей в сфері організації, аналітики, планування, прогнозування та управління маркетинговою діяльністю; блок дисциплін з обліку, фінансів та інвестування; блок з управління та адміністрування; блок сучасних дисциплін з комунікацій та медіатехнологій; блок поглибленого вивчення спеціалізованих маркетингових дисциплін, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнесу – соціально-етичний маркетинг, екомаркетинг, трейд-маркетинг, бренд-менеджмент та рекламний бізнес, новітні інформаційні технології, діджиталізація та інтернет-маркетинг, маркетинг відносин, маркетингові стратегії тощо.</p> <p>Також унікальністю є значна приділена увага вивченню «Маркетингу в галузях» й особливо аграрного маркетингу та ринкам с.-г. продукції, що викликає непересічний інтерес у роботодавців – суб'єктів агробізнесу, який на сьогоднішній день є локомотивом економіки країни, а мізерна кількість існуючих маркетологів в аграрних підприємствах спричиняє значний інтерес та зацікавленість у маркетологах в даній сфері. Крім того «Маркетинг в галузях» вивчає та надає компетентності у сфері туризму та, зокрема, зеленого (сільського чи еко) туризму, який наразі виходить на новий рівень розвитку і активно запроваджується у вітчизняному бізнес-середовищі.</p> <p>Отримані в результаті навчання за даною унікальною освітньо-професійною програмою компетентності з управління маркетинговою діяльністю, бізнес аналітики й проектного управління, економіки та права, комунікацій, стратегічного мислення, інноваційності та креативності ідей й управлінських рішень, розуміння сучасного вітчизняного й міжнародного бізнес середовища в повному обсязі відповідає вимогам роботодавців.</p>
<p>5 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Сфери діяльності маркетологів: управління проектами, формування товарної та цінової політик організації, постачання та збут, поведінка споживача, міжнародні зв'язки, аналіз діяльності (товарних ринків, страхової, банківської, аграрної сфер тощо), рекламне проектування, PR, брендинг, креативний маркетинг, моделювання бізнес-процесів.</p> <p>Можливості працевлаштування в організаціях різних сфер діяльності: виробничі компанії, дилерські мережі, банки, страхові, лізингові, консалтингові організації, рекламні агенції, торгівля та сфера послуг, маркетингові дослідження та аналітика, продажі, логістика,</p>

	консалтинг, реклама, іміджмейкінг, копірайтинг, сфера забезпечення комунікацій, ЗМІ, маркетингові стратегії та технології, інтернет-маркетинг та створення власного бізнесу. Працевлаштування в організаціях на наступних посадах спеціалістів (маркетологів, менеджерів, агентів, фахівців): з маркетингу, з питань комерційної діяльності, із зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного маркетингу, з маркетингових досліджень, з продажів та логістики, з реклами та копірайтингу, з консалтингу, з комунікацій, зв'язків з громадськістю, з діджитал- та інтегрет -маркетингу, з бізнес аналітики, з трендингу та мерчандайзингу, з брендингу та бренд – менеджменту, з іміджу та реклами, з інтерв'ювання та промоушн.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами: 8 рівня НРК, другого циклу FQ-EHEA та 7 рівня EQF-LLL
6 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання; проведення лекційних, практичних і лабораторних та семінарських занять, тренінгів; організація майстер-класів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проектних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Застосовуються інноваційні технології електронного навчання. Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання.
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тестовий контроль знань, презентація наукової роботи, захист письмових робіт, захист кваліфікаційної роботи, заліки, екзамени. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – 4-бальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівнева національна шкала (зараховано/незараховано); 100-бальна; шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
7 – 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)	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

	<p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. ФК15. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій ринкових технологій та бізнес аналітики. ФК16. Здатність проводити аналітику діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього і внутрішнього середовища. ФК17. Здатність адаптуватися і застосовувати комунікації у межах соціально-орієнтованих та професійних ситуаціях. ФК18. Комунікаційні навички.</p>

8 – Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
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.
ПРН 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
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.
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
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.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН 19	Демонструвати навички щодо створення та забезпечення ефективності функціонування управлінської системи організації на засадах використання результатів бізнес аналітики.
ПРН 20	Застосовувати набуті теоретичні знання та практичні навички у сфері комунікацій, використовувати інноваційні підходи та новітні технології для забезпечення провадження комунікацій й швидкої адаптації відповідно до змін бізнес-середовища.

9 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 2 доктори наук, з них: 1 професор і 1 доцент, 2 кандидати наук, з них 1 доцент. Всі розробники є штатними співробітниками Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Гарант освітньо-професійної програми: д.е.н., професор Мандич О.В. – завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – навчальні корпуси; – гуртожитки; – тематичні кабінети; – кабінет курсового та дипломного проектування; – комп'ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – мультимедійне обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – офіційний сайт ХНТУСГ: http://new.khntusg.com.ua; – офіційний сайт ННІ БМ: http://new.khntusg.com.ua/institute/navchalno-naukovij-institut-biznesu-i-menedzhmentu-nni-bm ; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека ХНТУСГ, читальні зали; – віртуальне навчальне середовище Moodle; – 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 робіт, кваліфікаційних робіт; – критерії оцінювання рівня підготовки; – пакети комплексних контрольних робіт
10 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України
Міжнародна кредитна мобільність	Договір про творчу співпрацю з Державним університетом Люблінська Політехніка (Польща) від 23 листопада 2016 р.; з закладом освіти «Білоруський державний аграрний технічний університет» (м. Мінск, від 27 лютого 2018, термін дії – 5 років); Deutscher Bauernverband Центрум Дорадництва Едукаційного ТОВ (Республіка Польща, м. Краків, від 23.04.2018)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно чинного законодавства про підготовку іноземних громадян

**2. Перелік компонент освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг» та їх логічна послідовність**

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
Н ЗП 1	Вища математика	4,0	Диф. залік
Н ЗП 2	Інформаційні системи та технології	6,0	Екзамен
Н ЗП 3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4,0	Екзамен
Н ЗП 4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8,0	Диф. залік
Н ЗП 5	Історія української державності	4,0	Екзамен
Н ЗП 6	Правознавство	4,0	Екзамен
Н ЗП 7	Основи наукових досліджень	3,0	Диф. залік
Н ЗП 8	Фізичне виховання	3,0	Диф. залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
Н ППП 1	Вступ до фаху та академічна доброчесність	3,0	Диф. залік
Н ППП 2	Економічна теорія	7,0	Екзамен
Н ППП 3	Основи маркетингу	8,0	Екзамен
Н ППП 4	Маркетинг	10,0	Екзамен, курсора
Н ППП 5	Маркетингові дослідження	4,0	Екзамен
Н ППП 6	Маркетингові комунікації	4,0	Екзамен
Н ППП 7	Поведінка споживача	4,0	Екзамен
Н ППП 8	Психологія маркетингу	4,0	Екзамен
Н ППП 9	Менеджмент	4,0	Екзамен
Н ППП 10	Управління персоналом	4,0	Екзамен
Н ППП 11	Аналіз господарської діяльності	7,0	Екзамен
Н ППП 12	Економіка підприємства	5,0	Екзамен, курсора
Н ППП 13	Діджитал-маркетинг та технології продажів	6,0	Екзамен,
Н ППП 14	Маркетингова політика підприємства	4,0	Екзамен
Н ППП 15	Маркетинг послуг	3,0	Екзамен
Н ППП 16	Маркетингова товарна політика	4,0	Екзамен
Н ППП 17	Міжнародний маркетинг	5,0	Екзамен
Н ППП 18	Маркетинг інновацій	5,0	Екзамен
Н ППП 19	Маркетинг у галузях	7,0	Екзамен, курсора
Н ППП 20	Ризик-менеджмент	3,0	Екзамен
Практика			
Н ППП 21	Навчальна практика "Вступ до фаху"	6,0	Диф. залік
Н ППП 22	Навчальна практика (ознайомлювальна)	6,0	Диф. залік
Н ППП 23	Комплексна виробнича практика	6,0	Диф. залік
Н ППП 24	Передатестаційна практика	3,0	Диф. залік
Обсяг обов'язкових компонент		158,0	

Компоненти освітньо-професійної програми за вибором здобувачів ВО *			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
<i>I Група</i>			
ВС ЗП 1	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 2	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 3	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
<i>II Група</i>			
ВС ЗП 4	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 5	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 6	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 7	Вибіркова дисципліна	3,0	Диф. залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ВСППП 1 ВСППП 2	Трудове право Економіко-математичне моделювання Страховання Мікроекономіка Теорія організації Медіапланування Основи копірайтингу Паблік рілейшнз Фінанси, гроші та кредит Бенчмаркінг	4,0	Диф. залік
ВСППП 3 ВСППП 4	Господарське право Конкурентна політика Екомаркетинг Статистика Медіакомунікації Державне та регіональне управління Політологія Фінанси підприємства Інновації в маркетингу Соціально-етичний маркетинг	4,0	Диф. залік
ВСППП 5 ВСППП 6	Адміністративне право Податкова система Електронна комерція та публічні закупівлі Трейд-маркетинг Маркетинг інновацій в галузях Цінова політика Тайм-менеджмент Бренд-менеджмент Медіаінновації	4,0	Диф. залік
ВСППП 7 ВСППП 8	Фінансове право Рекламний бізнес Бухгалтерський облік Теорія економічного аналізу Інтернет-маркетинг Проектний аналіз Міжнародні економічні відносини та світове господарство Мотиваційний менеджмент Медіатехнології Маркетингові стратегії	4,0	Диф. залік

ВСПП 9 ВСПП 10	Інформаційні системи та технології в маркетингу Управління логістичними процесами підприємств Інноваційні методи прогнозування соціально-економічних процесів Стратегічний аналіз Організація виробництва Бізнес-комунікації	4,0	Диф. залік
ВСПП 11 ВСПП 12	Офіс-менеджмент Інфраструктура аграрного ринку Маркетинг відносин Планування і контроль на підприємстві Комунікативний менеджмент Інвестування	3,0	Диф. залік
Загальний обсяг компонент за вибором студента		67,0 (27,9%)	
Виконання та захист кваліфікаційної роботи		15,0	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		173 (72,1%)	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

*З метою здійснення студентом права вибору відповідно до статті 62 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 року, пункт; задоволення освітніх і кваліфікаційних потреб студентів, ефективного використання можливостей і традицій Університету, потреб замовника, регіональних потреб тощо вибірково навчальні дисципліни та згідно внутрішнього Положення про формування варіативної складової навчальних планів освітніх програм всі дисципліни, що належать до вибіркової складової навчального плану ОП на першому рівні вищої освіти за вибором студента, розподіляються за трьома групами.

Перша група відноситься до циклу загальної підготовки навчального плану за відповідною ОП, формується з трьох (для РВО «бакалавр» на основі ПЗСО) загальним обсягом 9 кредитів ECTS та однієї-трьох (для РВО «бакалавр» на основі ОКР «молодший спеціаліст» або ступеня «молодший бакалавр») загальним обсягом 3-9 кредитів ECTS навчальних дисциплін вільного вибору студентів за певними спрямуваннями. Здобувачам пропонуються наступні спрямування: соціально-гуманітарне; соціально-політичне; ІТ-спрямування; технологічне; правове; загальнотехнічне.

Друга група відноситься до циклу загальної підготовки навчального плану за відповідною ОП, формується з чотирьох (для РВО «бакалавр» на основі ПЗСО) загальним обсягом 12 кредитів ECTS та однієї-чотирьох (для РВО «бакалавр» на основі ОКР «молодший спеціаліст» або ступеня «молодший бакалавр» та для РВО «магістр») загальним обсягом 3-12 кредитів ECTS непрофільних навчальних дисциплін підготовки освітнього ступеня бакалавр, сутність яких полягає у формуванні певних компетентностей у студентів, які дозволять розширити його професійну підготовку та максимально враховують індивідуальні потреби особистісних освітньо-професійних інтересів студента.

Третя група загальним обсягом:

– для РВО «бакалавр» на основі ПЗСО – не менше 39 кредитів ECTS;

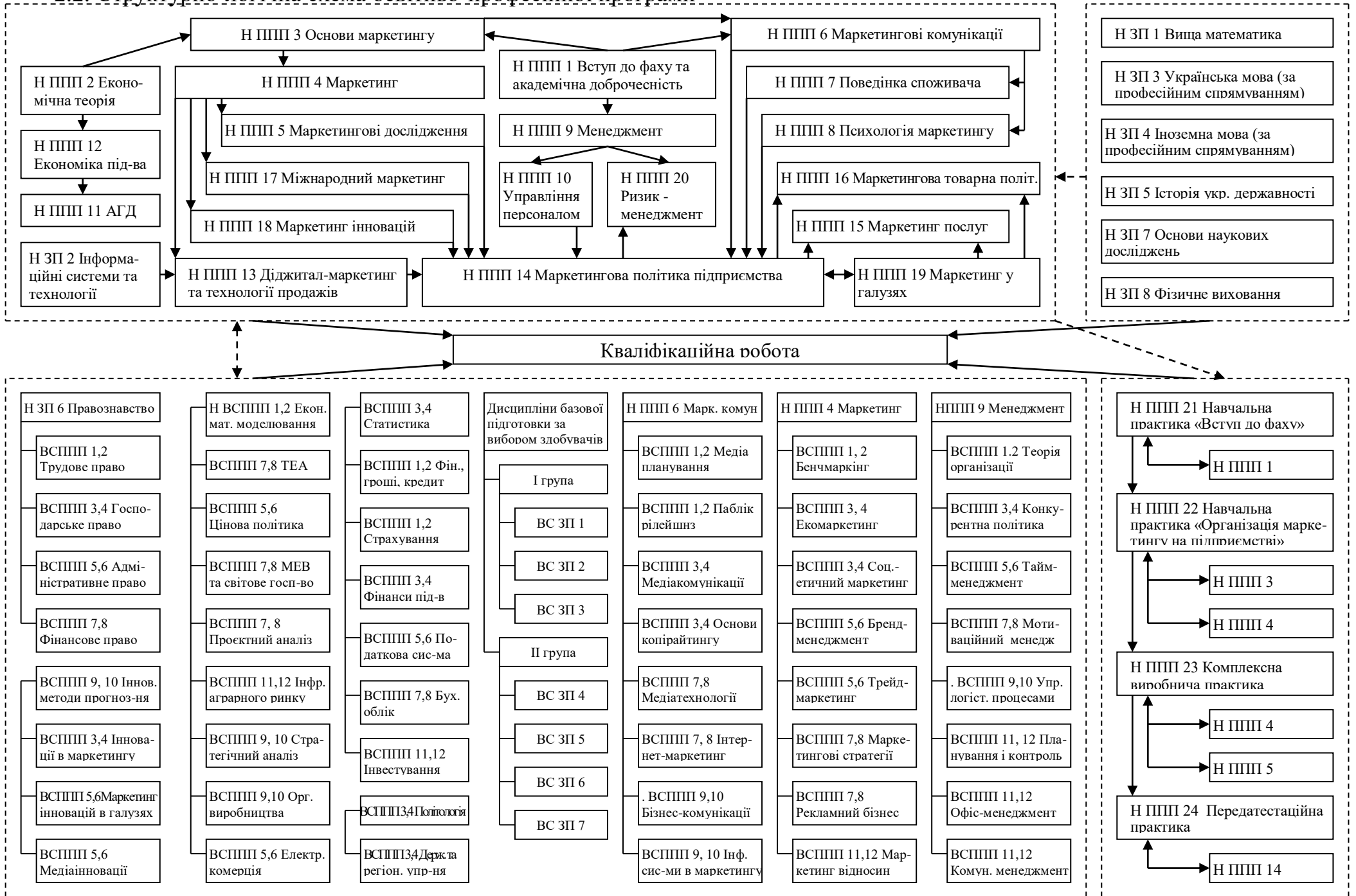
– для РВО «бакалавр» на основі ОКР «молодший спеціаліст» або ступеня «молодший бакалавр»:

• з терміном навчання 1 рік і 10 місяців – не менше 32 кредитів ECTS;

• з терміном навчання 2 роки і 10 місяців – не менше 33 кредитів ECTS;

відносяться до циклу професійної підготовки навчального плану за відповідною ОП, формується з блоку профільних навчальних дисциплін, які поглиблюють професійну підготовку за певною спеціалізацією, мета якої полягає у формуванні вузькоспеціалізованих професійних компетентностей, які дають можливість виконувати специфічні професійні завдання. Перелік навчальних дисциплін за кожним спрямуванням щорічно затверджується Вченою радою та оприлюднюється на офіційному сайті університету або його підрозділу.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

Кваліфікаційна робота виконується на основі поглибленого вивчення спеціалізованої наукової літератури, розуміння новітнього досвіду й використання сучасних технологій в сфері обраної проблематики, за результатами проведених власних досліджень з метою вирішення поставлених теоретичних та прикладних завдань у сфері професійної діяльності.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота є результатом самостійної науково-дослідної діяльності. Кваліфікаційна робота розміщується на офіційному сайті або в репозитарії закладу вищої освіти або його підрозділу. Захист кваліфікаційної роботи здійснюється відкрито і публічно.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Принципи забезпечення якості освіти:

- відповідність європейським і національним стандартам якості вищої освіти;
- системний підхід, який передбачає управління якістю на всіх рівнях освітнього процесу;
- процесний підхід до управління;
- здійснення моніторингу якості;
- постійне підвищення якості;
- залучення здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших зацікавлених сторін до процесу забезпечення якості;
- публічність інформації на всіх етапах забезпечення якості.

Процедурами забезпечення якості освіти є:

- удосконалення планування освітньої діяльності;
- затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм;
- підвищення якості підготовки здобувачів вищої освіти;
- покращення кадрового потенціалу університету;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу;
- розвиток інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про діяльність університету;
- створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях учасників освітнього процесу.

Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм

1. Механізм розробки та затвердження освітніх програм регулюється «Положенням про розроблення, затвердження, моніторинг, перегляд та закриття освітніх програм».

2. Перегляд освітніх програм відбувається за результатами їхнього моніторингу.

3. Критерії, за якими відбувається перегляд освітніх програм, формулюються як у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти, випускниками і роботодавцями, так і внаслідок прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства.

4. Відповідальні за впровадження та виконання освітніх програм: випускова кафедра, науково-методична та вчена ради ННІ, навчальний відділ, вчена рада університету.

Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти

1. Оцінювання якості знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про проведення поточного та семестрового контролю навчання студентів».

2. Критерії оцінювання є обов'язковою складовою навчальної програми дисципліни. На початку семестру науково-педагогічний працівник, який викладає теоретичну частину дисципліни, повинен ознайомити студентів зі змістом, структурою, формою екзаменаційної (залікової) роботи та прикладами завдань попередніх років, а також із системою і критеріями її оцінювання.

3. Для врахування думки студентів щодо якості та об'єктивності системи оцінювання проводяться щорічні анонімні опитування (анкетування) студентів і випускників, а також моніторинг оцінювання ступеня задоволення здобувачів вищої освіти.

4. Результати оцінювання здобувачів вищої освіти обговорюються на засіданні вченої ради та оприлюднюються на офіційному вебсайті університету

5. Відповідальні за впровадження та виконання: дирекція, навчальний відділ, студентська рада, науково-методична рада, центр менеджменту якості університету.

Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників

Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників здійснюється на договірній основі у відповідності до діючої нормативної бази та базується на принципах:

- обов'язковості та періодичності проходження підвищення кваліфікації;
- прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації;
- моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності;
- впровадження результатів підвищення кваліфікації чи стажування в наукову та педагогічну діяльність.

Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу

Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби наявного студентського контингенту відповідно до форм навчання. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність та можуть їх використовувати у навчанні.

Для самостійної роботи студентів запроваджено електронний ресурс Moodle, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін. Забезпеченість навчально-методичними матеріалами електронного ресурсу Moodle для кожної навчальної дисципліни становить понад 70%, що відповідає встановленим нормативам.

Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом

Ефективному управлінню якістю освітньої діяльності в університеті сприяє автоматизована система управління, яка забезпечує: єдиний механізм у роботі з документами, унеможливорює їх дублювання, допомагає ефективно здійснювати їх пошук, володіючи мінімальною інформацією про них, надає можливість паралельного виконання операцій, що дозволяє скоротити час руху документів і підвищити оперативність їх виконання.

Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації

Достовірна, об'єктивна, актуальна та легкодоступна інформація про навчальний процес за спеціальністю 075 «Маркетинг» публікується на офіційному вебсайті ХНТУСГ, включаючи освітні програми з висвітленням критеріїв відбору на навчання, запланованих результатів навчання за цими програмами, кваліфікації, а також зміст освітніх компонентів.

Запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти

Система забезпечення академічної доброчесності учасниками освітнього процесу в ХНТУСГ, базується на моральних нормах, правилах етичної поведінки та принципах академічної доброчесності:

- сприяння становленню та розвитку партнерських відносин між учасниками освітнього процесу;
- сприяння формуванню та поширенню позитивного іміджу університету;
- збереження та примноження традицій університету, підвищення його престижу власними досягненнями;
- виявлення толерантності та поваги до релігії, культури, звичаїв та традицій учасників освітнього процесу всіх національностей;
- допомоги учасникам освітнього процесу, що опинились в складних життєвих обставинах та ін.
- забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу досягається шляхом функціонування ефективною системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

Перевірка наукових, навчально-методичних, кваліфікаційних та навчальних робіт на наявність академічного плагіату має на меті запобігання поширенню плагіату в письмових роботах, розвитку навичок коректної роботи із джерелами інформації; дотримання вимог наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, активізації самостійності і індивідуальності при створенні авторського твору та відповідальності за порушення загальноприйнятих правил цитування. Учасники освітнього процесу несуть адміністративну та дисциплінарну відповідальність за не доброчесну поведінку.

5. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013.– <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

6.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	ІК	ЗК														ФК																			
			ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10	ФК 11	ФК 12	ФК 13	ФК 14	ФК 15	ФК 16	ФК 17	ФК 18		
Н ЗП 1	Вища математика	+			+	+			+																											
Н ЗП 2	Інформаційні системи та технології	+			+	+			+		+																									
Н ЗП 3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	+				+			+																											
Н ЗП 4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+				+			+		+																									
Н ЗП 5	Історія української державності	+		+																																
Н ЗП 6	Правознавство	+	+			+										+																				
Н ЗП 7	Основи наукових досліджень	+			+	+	+			+						+												+								
Н ЗП 8	Фізичне виховання	+		+								+																								
Н ППП1	Вступ до фаху та академічна доброчесність	+		+	+	+																														
Н ППП2	Економічна теорія	+	+		+	+							+																				+			
Н ППП3	Основи маркетингу	+	+	+	+	+		+									+	+			+						+									
Н ППП4	Маркетинг	+			+	+		+	+								+	+		+	+						+	+								
Н ППП5	Маркетингові дослідження	+			+	+			+	+							+	+			+	+	+			+	+				+	+				
Н ППП6	Маркетингові комунікації	+				+			+		+										+												+	+		
Н ППП7	Поведінка споживача	+			+	+			+												+						+									
Н ППП8	Психологія маркетингу	+			+	+	+		+												+															
Н ППП9	Менеджмент	+				+			+																									+		
Н ППП10	Управління персоналом	+				+			+			+																						+		
Н ППП11	Аналіз господарської діяльності	+			+	+			+	+													+										+			
Н ППП12	Економіка підприємства	+			+	+			+	+													+										+			
Н ППП13	Діджитал-маркетинг та технології продажів	+				+			+		+										+					+										
Н ППП14	Маркетингова політика підприємства	+			+	+		+	+								+	+	+	+	+	+		+			+	+	+				+	+		
Н ППП15	Маркетинг послуг	+				+			+										+	+	+	+														
Н ППП16	Маркетингова товарна політика	+				+			+										+	+	+	+											+			
Н ППП17	Міжнародний маркетинг	+				+			+					+							+	+					+									
Н ППП18	Маркетинг інновацій	+				+			+												+	+					+									
Н ППП19	Маркетинг у галузях	+				+		+	+	+							+	+	+	+	+	+					+	+			+	+	+			
Н ППП20	Ризик-менеджмент	+				+			+																									+		
Н ППП21	Навчальна практика "Вступ до фаху"	+		+	+	+																														
Н ППП22	Навчальна практика (ознайомлювальна)	+	+	+	+	+		+	+								+	+		+	+							+	+							
Н ППП23	Комплексна виробнича практика	+			+	+		+	+	+							+	+		+	+	+	+				+	+	+							
Н ППП24	Передатестаційна практика	+			+	+		+	+								+	+	+	+	+	+		+				+	+	+						

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	ІРН 1	ІРН 2	ІРН 3	ІРН 4	ІРН 5	ІРН 6	ІРН 7	ІРН 8	ІРН 9	ІРН 10	ІРН 11	ІРН 12	ІРН 13	ІРН 14	ІРН 15	ІРН 16	ІРН 17	ІРН 18	ІРН 19	ІРН 20
НППП17	Міжнародний маркетинг	+	+			+	+														
НППП18	Маркетинг інновацій	+							+												
НППП19	Маркетинг у галузях		+	+	+	+	+				+	+			+		+			+	
НППП20	Ризик-менеджмент									+	+										
НППП21	Навчальна практика "Вступ до фаху"												+	+							
НППП22	Навчальна практика (ознайомлювальна)	+	+	+	+	+	+														
НППП23	Комплексна виробнича практика	+		+	+	+	+			+			+								
НППП24	Передатестаційна практика	+	+	+	+		+		+		+	+	+	+	+	+			+		

Гарант освітньої програми, д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій

О.В. Мандич

Ректор

О.В. Нанка