

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

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

за спеціальністю 075 – «Маркетинг»

галузі знань 07 – «Управління та адміністрування»

**кваліфікація «Бакалавр маркетингу за спеціалізацією
«Міжнародний маркетинг»»**

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ / _____ /

(протокол № __ від «__» _____ 202_ р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з «__» _____ 202_ р.

Харків – 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
Перший (бакалаврський)

Рівень вищої освіти

Галузь знань

Спеціальність

Кваліфікація

07 – «Управління та адміністрування»

075 – «Маркетинг»

Бакалавр маркетингу за спеціалізацією «Міжнародний маркетинг»

Розробники програми:

Прізвище, ім'я, по-батькові	Науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис
Антощенкова В.В. <i>керівник проектної групи</i>	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу	
<i>члени проектної групи</i>		
Ткаченко С.Є.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу	
Бабан Т.О.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу	

Рецензент: Мандич Олександра Валеріївна, д.е.н., проф. завідувачка кафедри маркетингу та медіакомунікацій Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (за наявності):

РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО:

Кафедрою економіки та маркетингу

протокол № __ від «__» _____ 201_ р.

Завідувач кафедри _____ / _____/

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № __ від «__» _____ 201_ р.

Голова вченої ради _____ / _____/

РЕКОМЕНДОВАНО:

Науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № __ від «__» _____ 201_ р.

Голова науково-методичної комісії _____ / _____/

СХВАЛЕНО:

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

протокол № __ від «__» _____ 201_ р.

Голова науково-методичної ради _____ / _____/

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р., Постанов Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 30.12.2015 р. № 1187, «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р., методичних рекомендацій «Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації» (2014 р.), стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління і адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України 1343 від 5.12.2018 р.)

Розроблено проектною групою кафедри економіки та маркетингу Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка у складі: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу Антощенко Віталіна Володимирівна (керівник проектної групи), к.е.н. доцент кафедри економіки та маркетингу Ткаченко Світлана Євгенівна та к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу Бабан Тетяна Олександрівна.

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

ОСНОВНІ ТЕРМІНИ ТА ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ

У програмі терміни вживаються в такому значенні:

Автономність і відповідальність – здатність самостійно виконувати завдання, розв'язувати задачі і проблеми та відповідати за результати своєї діяльності.

Акредитація освітньої програми – оцінювання освітньої програми та/або освітньої діяльності вищого навчального закладу за цією програмою на предмет відповідності стандарту вищої освіти; спроможності виконати вимоги стандарту та досягти заявлених у програмі результатів навчання; досягнення заявлених у програмі результатів навчання.

Атестація – це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей вимогам стандартів вищої освіти.

Бакалавр – це освітній ступінь, що здобувається на першому рівні вищої освіти та присуджується вищим навчальним закладом у результаті успішного виконання здобувачем вищої освіти освітньої програми, обсяг якої становить 240 кредитів ЄКТС.

Вища освіта – сукупність систематизованих знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, інших компетентностей, здобутих у закладі вищої освіти у відповідній галузі знань за певною кваліфікацією на рівнях вищої освіти, що за складністю є вищими, ніж рівень повної загальної середньої освіти.

Галузь знань – основна предметна область освіти і науки, що включає групу споріднених спеціальностей, за якими здійснюється професійна підготовка.

Дисциплінарні компетентності – деталізовані програмі компетентності як результат декомпозиції компетентностей фахівця спеціальності (спеціалізації) певного рівня вищої освіти.

Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система (ЄКТС) – система трансферу і накопичення кредитів, що використовується в європейському просторі вищої освіти

з метою надання, визнання, підтвердження кваліфікацій та освітніх компонентів і сприяє академічній мобільності здобувачів вищої освіти; система ґрунтується на визначенні навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених результатів навчання, та обліковується в кредитах ЄКТС.

Засоби діагностики – документи, що затверджені в установленому порядку, та призначені для встановлення ступеню досягнення запланованого рівня сформованості компетентностей студента при контрольних заходах.

Здобувачі вищої освіти – особи, які навчаються у вищому навчальному закладі на певному рівні вищої освіти з метою здобуття відповідного ступеня і кваліфікації.

Змістовий модуль – сукупність умінь, знань, цінностей, які забезпечують реалізацію певної компетентності.

Знання – осмислена та засвоєна суб'єктом наукова інформація, що є основою його усвідомленої, цілеспрямованої діяльності; знання поділяються на емпіричні (фактологічні) і теоретичні (концептуальні, методологічні).

Заклад вищої освіти – окремий вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності на певних рівнях вищої освіти, проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей.

Здобувачі освіти – вихованці, учні, студенти, курсанти, слухачі, стажисти, клінічні ординатори, аспіранти (ад'юнкти), докторанти, інші особи, які здобувають освіту за будь-яким видом та формою.

Індивідуальна освітня траєкторія – персональний шлях реалізації особистісного потенціалу здобувача освіти, що формується з урахуванням його здібностей, інтересів, потреб, мотивації, можливостей і досвіду, ґрунтується на виборі здобувачем освіти видів, форм і темпу здобуття освіти, суб'єктів освітньої діяльності та запропонованих ними освітніх програм, навчальних дисциплін, методів і засобів навчання. Індивідуальна освітня траєкторія в закладі освіти може бути реалізована через індивідуальний навчальний план.

Індивідуальний навчальний план – документ, що визначає послідовність, форму і темп засвоєння здобувачем освіти освітніх компонентів освітньої програми з метою реалізації його індивідуальної освітньої траєкторії та створюється закладом освіти у взаємодії із здобувачем освіти за наявності необхідних для цього ресурсів. До індивідуального навчального плану входять обов'язкові компоненти (навчальні дисципліни, практики, курсові роботи тощо) освітньої програми і дисципліни (види робіт), обрані здобувачем освіти в порядку реалізації свого права на вибір (не менше 25 % обсягу програми підготовки).

Інтегральна компетентність – узагальнений опис кваліфікаційного рівня, який виражає основні компетентні характеристики рівня щодо навчання та/або професійної діяльності;

Інтегрована оцінка – результат оцінювання конкретизованих завдань різних рівнів з урахуванням коефіцієнта пріоритетності (запланованого рівня сформованості компетентностей).

Інформаційне забезпечення навчальної дисципліни – засоби навчання, у яких системно викладено основи знань з певної дисципліни на рівні сучасних досягнень науки і культури, опора для самоосвіти і самонавчання (підручники; навчальні посібники, навчально-наочні посібники, навчально-методичні посібники, хрестоматії, словники, енциклопедії, довідники тощо).

Кваліфікаційний рівень – структурна одиниця національної рамки кваліфікацій, що визначається певною сукупністю компетентностей, які є типовими для кваліфікацій даного рівня;

Кваліфікація – офіційний результат оцінювання і визнання, який отримано, коли уповноважений компетентний орган установив, що особа досягла компетентностей (результатів навчання) за заданими стандартами.

Кваліфікаційна робота (дипломна робота) – це кваліфікаційна робота, що має на меті виконання виробничих завдань, спрямованих на організацію технологічного процесу (технічну підготовку, забезпечення функціонування, контроль) та управління (планування, облік, аналіз, регулювання) організацією та власне технологічним процесом; програми дипломних робіт зазвичай регламентовано певними професійними функціями й завданнями згідно з освітніми стандартами відповідних рівнів підготовки.

Компетентність – динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність.

Кредит ЄКТС – одиниця вимірювання навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених (очікуваних) результатів навчання. Обсяг одного кредиту ЄКТС становить 30 годин. Як правило, при рівномірному розподілі навчального часу з дисциплін в семестрі, один кредит ЄКТС відповідає навчальному навантаженню у три академічні години навчальних занять та самостійної роботи у навчальному тижні, не включає в себе час, відведений для підсумкового контролю.

Критерії оцінювання – стосовно оцінювання: описи, що і на якому рівні має зробити здобувач вищої освіти для демонстрації досягнення результатів навчання на виконання вимог освітньої програми.

Курсова робота – індивідуальне завдання, виконання якого спрямовано на організацію технологічного процесу (наприклад, технічну підготовку, забезпечення функціонування, контроль) та управління ним (планування, облік, аналіз, регулювання).

Методичне забезпечення навчальної дисципліни – рекомендації до супроводження навчальної діяльності студента за всіма видами навчальних занять, що містить, у тому числі інформацію щодо засобів та процедури контрольних заходів, їх форми та змісту, методів розв'язання вправ, джерел інформації.

Модульний контроль – оцінювання ступеню досягнення студентом запланованого рівня сформованості компетентностей за видами навчальних занять.

Навчальний елемент – мінімальна навчальна інформація самостійного смислового значення (поняття, явища, відношення, алгоритми).

Навантаження студента – час, який необхідний студенту для досягнення визначених (очікуваних) результатів навчання. Цей час включає всі види навчальної роботи: лекції, семінарські, практичні, лабораторні заняття, самостійну роботу, контрольні заходи, проходження навчальних та виробничих практик тощо.

Об'єкт діагностики – компетентності, опанування яких забезпечуються навчальною дисципліною.

Об'єкт діяльності – процеси, явища, технології або (та) матеріальні об'єкти на які спрямована діяльність фахівця (суб'єкта діяльності); незалежно від фізичної природи об'єкт діяльності має певний період (цикл) існування, який передбачає етапи: проектування (розроблення), протягом якого вирішуються питання щодо забезпечення певних його якостей та властивостей; створення (виробництва, впровадження); експлуатації, протягом якої об'єкт використовується за призначенням; відновлення (ремонт, удосконалення), яке пов'язане з відновленням властивостей якості, підвищенням ефективності тощо; утилізації та ліквідації.

Освітній процес - система науково-методичних і педагогічних заходів, спрямованих на

набуття, примноження і використання знань, умінь та інших компетентностей в осіб, які навчаються, а також на формування гармонійно розвиненої особистості.

Освітня діяльність – діяльність суб'єкта освітньої діяльності, спрямована на організацію, забезпечення та реалізацію освітнього процесу у формальній та/або неформальній освіті.

Освітня (освітньо-професійна, освітньо-наукова) програма - система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Особа з особливими освітніми потребами - особа з інвалідністю, яка потребує додаткової підтримки для забезпечення здобуття вищої освіти.

Перезарахування/трансфер кредитів – процес визнання кредитів, присвоєних в іншому закладі вищої освіти, з метою отримання кваліфікації. Кредити, присвоєні учасникам в межах однієї освітньої програми певного закладу освіти, можуть бути переведені для накопичування в іншій програмі, запропонованій тим самим або іншим закладом освіти, оскільки результати навчання задовольняють деяким або всім вимогам конкретної програми, її частини або кваліфікації.

Підсумковий контроль – комплексне оцінювання запланованого рівня сформованості дисциплінарних компетентностей;

Поточний контроль – оцінювання засвоєння студентом навчального матеріалу під час проведення аудиторного навчального заняття (опитування студентів на лекціях, перевірка та прийом звітів з виконання лабораторних робіт, тестування тощо).

Програма дисципліни – нормативний документ, що визначає зміст навчальної дисципліни відповідно до освітньої програми, розробляється кафедрою, яка закріплена наказом ректора для викладання дисципліни.

Програмні компетентності – найбільш важливі компетентності, що визначають специфіку програми та включаються в Профіль програми. Очікується, що програмні компетентності однакових програм в різних університетах є подібними чи порівнюваними між собою.

Програмні результати навчання – узгоджений набір 15-20 тверджень, які виражають те, що студент повинен знати, розуміти та бути здатним виконувати після успішного завершення освітньої програми.

Проектна група - визначена наказом керівника закладу освіти група педагогічних, науково-педагогічних та/або наукових працівників, які відповідальні за започаткування освітньої діяльності за спеціальністю на певному рівні вищої освіти, фахової передвищої освіти та у сфері післядипломної освіти для осіб з вищою освітою і відповідають кваліфікаційним вимогам, визначеним Ліцензійними умовами.

Профіль програми – невід'ємна частина опису програми, створена для представлення в усталеній формі основної інформації про освітню програму. Дозволяє точно позиціонувати освітню програму серед інших, співвіднести з тематикою наукових досліджень, що полегшує її розуміння всіма основними зацікавленими особами (стейкхолдерами): студентами, роботодавцями, дослідниками, викладачами, агенціями забезпечення якості тощо. Визначає предметну область, до якої належить дана освітня програма, її освітній рівень та специфічні особливості даної програми, які відрізняють її від інших подібних програм.

Результати навчання – знання, уміння, навички, способи мислення, погляди, цінності, інші особисті якості, набуті в процесі навчання, виховання та розвитку, які можна ідентифікувати, спланувати, оцінити і виміряти та які особа здатна продемонструвати після завершення освітньої програми або окремих освітніх компонентів.

Результати навчання (Закон України «Про вищу освіту») – сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих особою у процесі навчання за певною освітньо-професійною, освітньо-науковою програмою, які можна ідентифікувати, кількісно оцінити та виміряти.

Результати навчання (Національна рамка кваліфікацій) – компетентності (знання, розуміння, уміння, цінності, інші особисті якості), які набуває та/або здатна продемонструвати особа після завершення навчання.

Рівень освіти – завершений етап освіти, що характеризується рівнем складності освітньої програми, сукупністю компетентностей, визначених, як правило, стандартом освіти, та які відповідають певному рівню Національної рамки кваліфікацій.

Рівень сформованості дисциплінарної компетентності – частка правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій від загальної кількості запитань або суттєвих операцій еталону рішень;

Робоча програма дисципліни – нормативний документ, що розроблений на основі програми дисципліни відповідно до річного навчального плану (містить розподіл загального часу на засвоєння окремих навчальних елементів і модулів за видами навчальних занять та формами навчання).

Структурно-логічна схема підготовки – це наукове і методичне обґрунтування процесу реалізації освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми підготовки та основа для створення навчального та робочого навчального планів.

Студент – особа (студент, курсант, аспірант, інтерн, ад'юнкт, докторант тощо), яка залучена до формальної освітньої програми вищої освіти.

Студентоцентризований підхід – розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу. Студентоцентризований підхід передбачає розроблення освітніх програм, які зосереджуються на результатах навчання, враховують особливості пріоритетів особи, що навчається, ґрунтуються на реалістичності запланованого навчального навантаження, яке узгоджується із тривалістю освітньої програми, передбачає взаємоповагу між студентом і викладачем, реальну вибірковість дисциплін, участь студентів у системі внутрішнього забезпечення якості освіти Університету.

Ступінь – кваліфікація вищої освіти, що, як правило, присвоюється після успішного завершення освітньої програми на певному циклі/рівні вищої освіти.

Самостійна робота – діяльність студента з вивчення навчальних елементів та змістових модулів, опанування запланованих компетентностей, виконання індивідуальних завдань, підготовки до контрольних заходів.

Спеціалізація – складова спеціальності, що визначається закладом вищої освіти та передбачає профільну спеціалізовану освітньо-професійну чи освітньо-наукову програму підготовки здобувачів вищої та післядипломної освіти.

Силабус – навчальна програма дисципліни, яка включає в себе опис навчальної дисципліни, мету та завдання, змістовні модулі та найменування тем занять, тривалість кожного заняття, завдання до самостійної роботи, час консультацій, вимоги викладача, критерії оцінки, список використаної літератури.

Спеціальність – складова галузі знань, за якою здійснюється професійна підготовка.

Стандарт вищої освіти – це сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності вищих навчальних закладів і наукових установ за кожним рівнем вищої освіти в межах кожної спеціальності.

Стандарт освітньої діяльності – це сукупність мінімальних вимог до кадрового, навчально-методичного, матеріально-технічного та інформаційного забезпечення освітнього процесу вищого навчального закладу й наукової установи.

Уміння – здатність застосовувати знання для виконання завдань та розв’язання задач і проблем; уміння поділяються на когнітивні (інтелектуально-творчі) та практичні (на основі майстерності з використанням методів, матеріалів, інструкцій та інструментів).

Якість вищої освіти – рівень здобутих особою знань, умінь, навичок, інших компетентностей, що відображає її компетентність відповідно до стандартів вищої освіти.

Soft skills (т.зв. «м’які навички», «соціальні навички» чи «навички успішності») – дозволяють випускникам ЗВО бути успішними на своєму робочому місці. До soft skills зараховують навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність, працювати в критичних умовах, вміння залагоджувати конфлікти, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміння важливості deadline (вчасного виконання поставлених завдань), здатність логічно і критично мислити, самостійно приймати рішення, креативність тощо. Іноді до соціальних навичок також зараховують знання іноземних мов, в першу чергу англійської мови.

1. Профіль освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 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 економіки та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр. Бакалавр маркетингу за спеціалізацією «Міжнародний маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма бакалавра зі спеціальності 075 – «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, – на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС – на базі молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) – 180 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 6 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 мова
Термін дії освітньої програми	На період акредитації
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців з маркетингу, із сучасним економічним та управлінським мисленням, які мають компетентності, необхідні для провадження ефективної маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях, володіють системою загальнонаукових і спеціальних методів, професійних маркетингових стратегій, методик, технологій, що забезпечують успішну роботу ринкового суб'єкта.	
3. – Цілі освітньої програми	

1. Формування у здобувачів вищої освіти соціально-відповідальної поведінки в суспільстві, 1. Формування у здобувачів вищої освіти соціально-відповідальної поведінки в суспільстві, сприяння розумінню здобувачами професійних етичних норм і наслідуванню цих норм в спілкуванні з колегами, керівниками, підлеглими, клієнтами, діловими партнерами, підтримці здобувачем (у тому числі особистим прикладом) у своїх колегах і підлеглих прагнення до здорового способу життя.
2. Підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу із широким доступом до працевлаштування та особливим інтересом до певних областей маркетингу для подальшого навчання.
3. Формування у майбутніх фахівців комунікативних та презентаційних навичок, здатності правильно говорити, писати, вміло формулювати і доносити свої бізнес ідеї, як для роботи в груповому проекті, так і з індивідуальними клієнтами.
4. Підготовка сучасного фахівця, який володіє навичками ефективного використання робочого часу, що дозволяє на основі дисципліни та самопідготовки своєчасно та якісно виконувати поставлені задачі, приймати необхідні рішення.
5. Підготовка затребуваних професіоналів з глобальним мисленням, світоглядом, який виходить за рамки бізнесу, та включає переконання, оцінки, погляди принципи, що дозволяють знаходити і приймати стратегічні рішення в глобальному просторі.
6. Підготовка креативних фахівців-новаторів. Новаторство і креативність є ключами для досягнення успіху в різних сферах діяльності завдяки здатності створення товарів і послуг, які сприймаються споживачем як нові. Це синергія творчості та підприємництва.
7. Сприяння формуванню цілісної гармонійної особистості здобувача із власною системою цінностей, розвитку його інтелектуальних і професійних здібностей, з розкриттям різнобічних творчих можливостей, прагнень для побудови успішної кар'єри.
8. Підготовка фахівців, які вміють працювати в команді заради спільної мети і налаштовувати злагоджену ефективну роботу команди, що є одним з ключових факторів досягнення успіху в бізнесі.

4 – Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p>Об'єкти вивчення та/або діяльності: процеси та явища у сфері маркетингу, методи маркетингової діяльності, сучасні технології та інструментарій формування і реалізації стратегій бізнесу та споживчого маркетингу на рівні підприємства, регіональному, національному та міжнародному рівнях.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, теоретичними знаннями, практичними навичками і здатні забезпечувати комплексне вирішення стратегічних і тактичних маркетингових завдань, що сприяють ефективній діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: загальні, спеціальні, специфічні економічні закони, теоретичні положення мікро-, макро-, міжнародної економіки, філософія маркетингу та інструментарій концепції, принципи, моделі маркетингу, організація маркетингової діяльності маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу ринкового суб'єкта різних секторів економіки.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, методи маркетингових досліджень традиційний аналіз; контент-аналіз; кореляційний та регресивний аналіз, опитування; спостереження; експеримент; методики презентації результатів досліджень.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються в маркетинговій діяльності.</p> <p>Галузь знань 07 – «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 – «Маркетинг»</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, маркетолог, міжнародний маркетинг, світовий ринок товарів та послуг, маркетингові дослідження, маркетингова політика, маркетингова діяльність, міжнародні економічні відносини.
Особливості програми	Програма формує систему знань і навичок з маркетингу, щодо впровадження філософії та інструментарію маркетингу, планування, проведення, оцінки маркетингової діяльності, у тому числі в аграрному секторі. Забезпечує комплекс знань для продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Освоєння програми вимагає обов'язковою умовою проходження навчальної та виробничої практики на підприємствах аграрного сектору та переробних підприємствах.
5 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники підготовлені до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності за національним класифікатором України «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009:2010: можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, обіймати керівні посади, працювати в міжнародних компаніях, в консалтингових компаніях, в проектних організаціях, в банківських установах, в страхових компаніях, наукових та освітніх закладах, на підприємствах де наявні підрозділи: маркетингу, логістики та постачання, збуту та виробництва, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків тощо.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами: 7 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 дипломної магістерської 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)	<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>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p>

Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ФК15. Здатність генерувати ідеї, формулювати пропозиції, які підвищують ефективність виконання функцій маркетингу в конкретних видах міжнародної економічної діяльності.</p> <p>ФК16. Здатність ефективно застосовувати стратегії та інструменти маркетингового управління, які мають адаптаційний потенціал, що може бути використаний на традиційних, інноваційних та перспективних ринках.</p> <p>ФК17. Здатність аналізувати кон'юнктуру національних та світових ринків, визначати особливості функціонування та розвитку ринків агропродовольчої продукції, формувати та реалізовувати маркетингові програми виходу на них ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК18. Здатність планувати та системно впроваджувати маркетингові засади забезпечення конкурентоспроможності ринкових суб'єктів в умовах глобалізаційних та регіональних викликів, мінливої кон'юнктури міжнародного середовища.</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 вміння генерувати ідеї, формулювати пропозиції щодо підвищення ефективності виконання функцій маркетингу в конкретних видах міжнародної економічної діяльності.
ПРН 20	Ефективно використовувати інструменти маркетингового управління, що мають адаптивний потенціал, що може бути використаний на традиційних, інноваційних та перспективних ринках.
ПРН 21	Оцінювати та аналізувати кон'юнктуру національних та світових ринків, визначати особливості функціонування та розвитку ринків агропродовольчої продукції, формувати та реалізовувати маркетингові програми виходу на них ринкових суб'єктів.
ПРН 22	Вміти планувати та системно впроваджувати маркетингові засади забезпечення конкурентоспроможності ринкових суб'єктів в умовах глобалізаційних та регіональних викликів, мінливої кон'юнктури міжнародного середовища.

9 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти, в тому числі які вільно володіють іноземною мовою (на рівні B2). З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p> <p>Всього науково-педагогічних працівників – 50 у т.ч.</p> <ul style="list-style-type: none"> - доктори наук, професори – 10 - кандидати наук, доценти – 34 - кандидати наук, асистенти – 2 - кандидати наук, старші викладачі – 2 - асистенти без наукового ступеня – 2 <p>Розробники програми: 3 доценти, 3 кандидати наук. Всі розробники є штатними співробітниками Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка.</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми: к.е.н., доцент. В.В. Антощенкова – доцент кафедри економіки та маркетингу.</p>
-----------------------------	--

Матеріально-технічне забезпечення	<p>Необхідними вимогами для реалізації освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» є належне матеріально-технічне забезпечення:</p> <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://khntusg.com.ua; – офіційний сайт ННІ БМ: http://nnibm.khntusg.com.ua; – 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 та 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.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно чинного законодавства про підготовку іноземних громадян

**2. Перелік компонент освітньо-професійної програми
«Міжнародний 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	4,0	Диф. залік
Н ЗП 8	Фізичне виховання	6,0	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	Статистика	8,0	Екзамен
Н ППП 4	Маркетинг	10,0	Екзамен
Н ППП 5	Маркетингові дослідження	4,0	Екзамен
Н ППП 6	Макроекономіка	4,0	Екзамен
Н ППП 7	Поведінка споживача	4,0	Екзамен
Н ППП 8	Мікроекономіка	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
Н ППП 13	Міжнародні економічні відносини та світове господарство	6,0	Екзамен
Н ППП 14	Маркетингова політика підприємства	4,0	Екзамен
Н ППП 15	Маркетинг послуг	3,0	Екзамен
Н ППП 16	Маркетингове ціноутворення	4,0	Екзамен
Н ППП 17	Міжнародний маркетинг та світовий ринок товарів та послуг	9,0	Екзамен
Н ППП 18	Маркетингові комунікації	5,0	Екзамен
Н ППП 19	Економіка та організація інноваційної діяльності	3,0	Екзамен
Н ППП 20	Ризик-менеджмент	4,0	Диф. залік
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
Загальний обсяг обов'язкових компонент		158,0	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми*			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
<i>I Група</i>			
ВС ЗП 1	Дисципліна 1	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 2	Дисципліна 2	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 3	Дисципліна 3	3,0	Диф. залік
<i>II Група</i>			
<i>Мовна підготовка</i>			
ВС ЗП 4	Дисципліна 4	3,0	Диф. залік
<i>Дисципліни технологічного спрямування</i>			
ВС ЗП 4	Дисципліна 4	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 5	Дисципліна 5	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 6	Дисципліна 6	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 7	Дисципліна 7	3,0	Диф. залік
<i>Дисципліни соціального спрямування</i>			
ВС ЗП 4	Дисципліна 4	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 5	Дисципліна 5	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 6	Дисципліна 6	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 7	Дисципліна 7	3,0	Диф. залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ВСППП 1 ВСППП 2	Трудове право/ Економіко-математичне моделювання/ Страховання/ PR-технології/ Теорія організації/ Економічна кібернетика/ Основи копірайтингу/ Психологія/ Фінанси, гроші та кредит/	4,0	Диф. залік
ВСППП 3 ВСППП 4	Господарське право/ Конкурентна політика/ Екомаркетинг/ Економіка світового сільського господарства/ Медіакомунікації/ Державне та регіональне управління/ Політологія/ Фінанси підприємства/ Регіональна економіка/ Соціально-етичний маркетинг/	4,0	Диф. залік

ВСППП 5 ВСППП 6	Адміністративне право/ Податкова система/ Електронна комерція та публічні закупівлі/ Трейд-маркетинг/ Маркетингові дослідження в глобальному середовищі/ Тайм-менеджмент/ Бренд-менеджмент/ Історія маркетингу та маркетингові концепції Міжнародна торгівля	4,0	Диф. залік
ВСППП 7 ВСППП 8	Фінансове право/ Рекламний бізнес/ Бухгалтерський облік/ Економічний аналіз та інформаційно-аналітична діяльність/ Інтернет-маркетинг/ Нейромаркетинг/ Світові агропродовольчі ринки/ Діджитал-маркетинг та технології продажів/ Маркетингові стратегії	4,0	Диф. залік
ВСППП 9 ВСППП 10	Інформаційні системи та технології в маркетингу/ Управління логістичними процесами підприємств/ Економіка праці та соціально-трудова відносина/ Стратегічний аналіз/ Організація виробництва/ Маркетингова товарна політика/	4,0	Диф. залік
ВСППП 11 ВСППП 12	Офіс-менеджмент/ Інфраструктура аграрного ринку/ Рекламна діяльність в міжнародному середовищі/ Маркетингове планування/ Бізнес-планування/ Інвестування	3,0	Диф. залік
Загальний обсяг вибіркового компонента		67,0	
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;

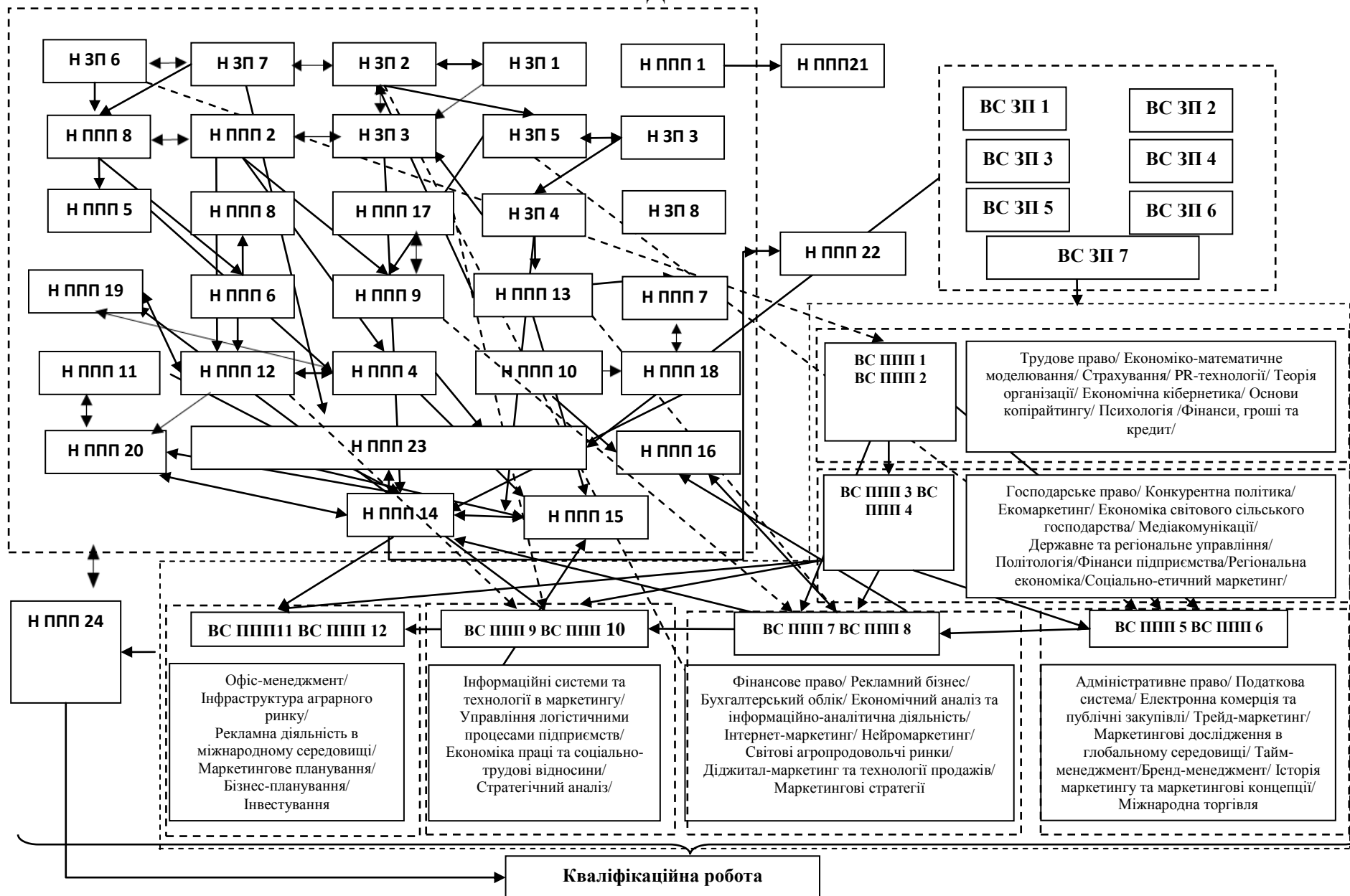
відносяться до циклу професійної підготовки навчального плану за відповідною ОП, формується з блоку профільних навчальних дисциплін, які поглиблюють професійну підготовку за певною спеціалізацією, мета якої полягає у формуванні вузькоспеціалізованих професійних компетентностей, які дають можливість виконувати специфічні професійні завдання.

Перелік навчальних дисциплін за кожним спрямуванням щорічно затверджується Вченою радою та оприлюднюється на офіційному сайті університету.

2.2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ « МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ »

Семестр	Компоненти освітньо-професійної програми
1	Н ЗП 2; Н ЗП 3; Н ЗП 4; Н ЗП 5; Н ЗП 8; Н ППП 1; Н ППП 2; Н ППП 3
2	Н ЗП 1; Н ЗП 2; Н ЗП 4; Н ЗП 6; Н ЗП 7; Н ППП 2; Н ППП 3; Н ППП 21
3	ВС ЗП 1; ВС ЗП 4; Н ППП 4; Н ППП 8; Н ППП 9; ВСППП 1; ВСППП 2
4	ВС ЗП 2; ВС ЗП 4; ВС ЗП 5; Н ППП 4; Н ППП 5; Н ППП 6; Н ППП 22; ВСППП 3; ВСППП 4
5	ВС ЗП 3; ВС ЗП 4; ВС ЗП 6; Н ППП 7; Н ППП 10; Н ППП 12; ВСППП 5; ВСППП 6;
6	ВС ЗП 4; ВС ЗП 7; Н ППП 13; Н ППП 17; Н ППП 18; Н ППП 23; ВСППП 7; ВСППП 8
7	Н ППП 13; Н ППП 14; Н ППП 16; Н ППП 17; Н ППП 24; ВСППП 9; ВСППП 10
8	Н ППП 11; Н ППП 15; Н ППП 19; Н ППП 19; Н ППП 20; ВСППП 11; ВСППП 12

2.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ « МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ »



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

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

У кваліфікаційній роботі досліджуються проблемні питання у сфері публічного управління та адміністрування із застосуванням теорії та наукових методів управління з дотриманням. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.

Кваліфікаційна робота розміщується на офіційному сайті або в репозитарії закладу вищої освіти або його підрозділу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

На державну атестацію вносяться навчальні дисципліни циклу професійної підготовки ОПП підготовки бакалавра у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Атестаційний екзамен оцінює рівень досягнення результатів навчання, визначених цим стандартом та освітньою програмою

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

Принципи забезпечення якості освіти:

- відповідальність за якість освіти, що надається;
- забезпечення якості відповідає різноманітності системи вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;
- забезпечення якості сприяє розвитку культури якості;
- забезпечення якості враховує потреби та очікування стейкхолдерів

Процедурами забезпечення якості вищої освіти є:

- постійна робота робочої групи з освітньої програми над її вдосконаленням та врахуванням інтересів стейкхолдерів;
- оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- організація постійного підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів;
- забезпечення умов для реалізації вільної траєкторії студента;
- створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління якістю освітнього процесу;
- розроблення політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти.

4.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) обов'язковими компонентами освітньо-професійної програми

	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19	ПРН 20	ПРН 21	ПРН 22	
Вища математика		+		+	+		+	+	+														
Інформаційні системи та технології		+	+	+	+							+											
Українська мова (за професійним спрямуванням)				+								+			+	+	+	+					
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+	+		+							+						+		+	+	+	+	+
Історія української державності												+			+		+	+					
Правознавство					+				+		+			+									
Основи наукових досліджень							+			+	+	+											
Фізичне виховання													+		+								
Вступ до фаху та академічна доброчесність	+											+	+		+			+					
Економічна теорія	+	+	+	+							+	+											
Статистика		+	+	+	+				+		+			+									
Маркетинг	+	+	+						+	+						+	+						
Маркетингові дослідження	+				+			+	+					+	+			+				+	
Мікроекономіка	+	+	+		+	+						+	+										
Макроекономіка					+							+	+										
Поведінка споживача	+		+		+	+		+			+			+				+	+				
Менеджмент					+				+		+			+									
Управління персоналом				+	+	+		+	+	+	+	+	+			+		+	+	+	+		
Аналіз господарської діяльності		+		+	+	+				+		+	+			+					+		
Економіка підприємства				+	+		+	+	+	+													
Міжнародні економічні відносини та світове господарство				+	+				+								+		+		+	+	
Маркетингова політика підприємства					+	+	+		+												+		+
Маркетинг послуг	+	+				+				+			+	+		+				+			
Маркетингове ціноутворення	+	+	+	+	+					+			+			+				+		+	
Міжнародний маркетинг та світовий ринок товарів та послуг	+			+	+				+		+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+
Маркетингові комунікації					+				+										+	+			
Економіка та організація інноваційної діяльності		+	+	+			+	+	+												+		
Ризик-менеджмент		+		+					+		+	+	+		+					+		+	+
Навчальна практика "Вступ до фаху"	+	+	+	+	+	+	+					+	+			+	+						
Навчальна практика (ознайомлювальна)	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+		+	+	+		+				
Комплексна виробнича практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+		
Передатестаційна практика	+	+		+			+					+						+	+	+		+	+

Гарант освітньої програми, к.е.н, доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу

Ректор

В.В. Антощенкова

О.В. Нанка