

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Введено в дію наказом ректора
НУ «Запорізька політехніка»
від 31.08.2022 р. № 260



Ректор

Віктор ГРЕШТА

МАРКЕТИНГ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

галузь знань	07 Управління та адміністрування
спеціальність	075 Маркетинг
кваліфікація	Бакалавр маркетингу

Схвалено вченою радою
НУ «Запорізька політехніка»
(протокол від 31.08.2022 р. № 1)

Голова вченої ради

Володимир БАХРУШИН

Запоріжжя - 2022

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою кафедри «Маркетинг та логістика» факультету економіки та управління у складі:

керівник:

Соколова Юлія Олександрівна,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики
НУ «Запорізька політехніка»



Ю.О.Соколова

члени:

Лифар Владислава Віталіївна,
д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу та логістики
НУ «Запорізька політехніка»


В.В. Лифар

Павлішина Ніна Михайлівна,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики
НУ «Запорізька політехніка»


Н.М. Павлішина

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

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет «Запорізька політехніка», кафедра «Маркетинг та логістика».
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітній ступінь «Бакалавр», бакалавр маркетингу.
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми: - 240 кредитів ЄКТС на базі повної загальної середньої освіти; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «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.
Наявність акредитації	ОПП акредитована. Протокол № 116 від 28.05.2015 р. Сертифікат про акредитацію серія УД № 08011767. Дійсний до 01.07.2024 р.
Цикл/рівень	FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень; НРК України – 6 рівень
Передумови	Наявність документу про повну загальну середню освіту; наявність диплому молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста)
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Сайт кафедри: https://zp.edu.ua/kafedra-marketyngu-ta-logistyky Каталог освітніх програм університету: https://zp2022.zp.edu.ua/CatOP/EduProgs.php
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють сучасним креативним мисленням та здатні розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємства різних галузей національного господарства, розробки маркетингових програм, дослідження ринків.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область 075 Маркетинг 07 Управління та адміністрування	<i>Об'єкти вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як

	<p>сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна (для бакалавра). Академічна орієнтація.</p> <p>Освітня програма «Маркетинг» орієнтована на сучасні світові наукові підходи та методики в галузі викладання маркетингу. Здобувачі освіти виконують наукові проекти, беруть участь у конкурсах наукових робіт різних рівнів.</p> <p>Здобувачі освіти за освітньою програмою «Маркетинг» проходять загальноекономічну (6 семестр) та фахову (8 семестр) практики, що дає їм можливість набути професійних компетентностей. Також здобувачі освіти під керівництвом кураторів кафедри мають змогу брати участь в професійних змаганнях (кейс-чемпіонатах) від відомих компаній, роботодавців та інших організацій.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Загальна освіта в галузі маркетингу Ключові слова: маркетинг, маркетингова товарна політика, інтернет-маркетинг, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, мерчандайзинг, бренд-менеджмент</p>
Особливості програми	<p>Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, здатних вирішувати конкретні наукові та практичні завдання у сфері маркетингової діяльності. Практична підготовка на виробничих та торговельних підприємствах.</p>
4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Бакалавр маркетингу може займати первинні посади (за ДК 003:2010):</p> <p>3415. Комівояжер Мерчендайзер</p> <p>3419. Організатор із збуту</p> <p>3429. Агент рекламний Представник з реклами Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)</p>
Подальше навчання	<p>Право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Викладання освітніх компонент в програмі побудовано за принципами студентсько-центрованого навчання, з використанням елементів самонавчання, проблемно-</p>

	орієнтованого навчання, навчання через практику. Електронне навчання в системі Moodle.
Оцінювання	Форми контролю: усне та письмове опитування, тестування, звіти з загальноекономічної та фахової практики, контрольні роботи, курсові роботи. Підсумковий контроль: заліки, диференційовані заліки, іспити, атестація (комплексний кваліфікаційний екзамен), що оцінюється як за національною шкалою, так і за шкалою ECTS.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і</p>

	<p>функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--	---

7 – Програмні результати навчання

<p>ОПШ містить результати навчання у відповідності до діючого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»:</p> <p>РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>
--

- PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- PH15. 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.
- PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- PH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- PH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Випускова кафедра маркетингу та логістики у складі: 1 д.е.н., професора; 1 д.е.н., доцент; 3 канд. екон. наук, доцентів; 2 ст. викладачів; професори і доценти інших кафедр університету, які забезпечують викладання дисциплін циклу загальної підготовки та дисциплін циклу професійної підготовки. До реалізації програми залучаються висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи за фахом. З метою підвищення фахового рівня всі педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування (в тому числі міжнародне за кордоном).
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. До послуг студентів і викладачів є також читальний зал, абонемент. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.zp.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в репозитарії бібліотеки НУ «Запорізька політехніка»: http://eir.zp.edu.ua/ . Читальний зал забезпечений доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.zp.edu.ua/ . Вільний доступ через сайт НУ «Запорізька політехніка» до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr. Навчально-методичні матеріали по дисциплінах наявні у системі дистанційного навчання Moodle.

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУ «Запорізька політехніка» та вищими навчальними закладами України.
---	---

Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до укладених угод НУ «Запорізька політехніка» та Програми Еразмус+
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання здійснюється державною мовою. Підготовка іноземних громадян за умови вивчення української мови та відповідно до вимог чинного законодавства.

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

2.1 Перелік освітніх компонент

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальної дисципліни, курсової роботи, практики, кваліфікаційної роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти (ОК)			
ОК 01.	Вища математика	5	екзамен
ОК 02.	Політична економія	5	екзамен
ОК 03.	Вступ до спеціальності	3	залік
ОК 04.	Історія маркетингу	4	залік
ОК 05.	Основи наукознавства	3	залік
ОК 06.	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 07.	Інформатика	4	диф. залік
ОК 08.	Теорія ймовірності і математична статистика	5	екзамен
ОК 09.	Регіональна економіка	4	екзамен
ОК 10.	Макроекономіка	5	екзамен
ОК 11.	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 12.	Економіко-математичні моделі в економіці	4	екзамен
ОК 13.	Статистика	4	екзамен
ОК 14.	Маркетинг	10	екзамен, КР
ОК 15.	Основи бізнесу	4	залік
ОК 16.	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	залік
ОК 17.	Маркетинг соціальних мереж	3	залік
ОК 18.	Фінанси	4	екзамен
ОК 19.	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 20.	Менеджмент	4	екзамен
ОК 21.	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ОК 22.	Логістика	5	екзамен
ОК 23.	Інфраструктура товарного ринку	4,5	залік
ОК 24.	Маркетингові дослідження	5	залік, КР
ОК 25.	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 26.	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
ОК 27.	Товарна та цінова політика в маркетингу	3	КР
ОК 28.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4	залік
ОК 29.	Маркетинг послуг	5	екзамен
ОК 30.	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК 31.	Маркетингова політика розподілу	4	екзамен
ОК 32.	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 33.	Історія державотворення та культури України	6	екзамен
ОК 34.	Політико-правова система України	3	залік
ОК 35.	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 36.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен

ОК 37.	Безпека життєдіяльності фахівця з основами охорони праці	3	залік
ОК 38.	Філософія	3	екзамен
ОК 39.	Здоров'я зберігаючі технології та співдія функціональному розвитку	3	залік
ОК 40.	Загальноекономічна практика	4,5	диф. залік
ОК 41.	Виробнича (фахова) практика	4,5	диф. залік
ОК 42.	Комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху	3	д/а
<i>Разом</i>		178,5	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ		61,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Всі дисципліни розташовані у логічній послідовності для формування загальних і фахових компетентностей у здобувачів вищої освіти та отримання відповідних програмних результатів навчання.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену – комплексного кваліфікаційного екзамену з фаху (за обов'язковими дисциплінами, визначеними навчальним планом спеціальності та даною освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра).

Комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху проводиться наприкінці 8-го семестру і включає:

1) тестову перевірку знань, що передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та цією освітньо-професійною програмою. Для тестової перевірки виносяться дисципліни: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг промислового підприємства».

2) письмове розв'язання задач з дисциплін «Маркетингові дослідження» та «Маркетингове ціноутворення», які формують фахівця, що дає змогу перевірити сформованість відповідних компетентностей.

Атестацію та присвоєння кваліфікації бакалавр маркетингу здійснює Екзаменаційна комісія. Склад Екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №1556-VII. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України №1343 від 05 грудня 2018 р.
3. Класифікатор професій ДК 003:2010. Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 25.10.2021 № 810.
4. Національна рамка кваліфікацій. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Перелік галузей знань і спеціальностей. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / [укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С. та ін.]; за заг. ред. С.Калашнікової та В.Лугового. – К.: НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf.
7. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації / В.М.Захарченко, В.І.Луговий, Ю.М.Рашкевич, Ж.В.Таланова; за ред. В.Г.Кременя. – К.: НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf.
8. TUNING. Educational Structures in Europe (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів. – Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

Керівник проектної групи,
(гарант освітньої програми)
к.е.н., доцент



Ю.О. Соколова

ДОДАТОК А

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА

