

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»



Ректор

Національного університету

«Львівська політехніка»

/Бобало Ю.Я./

« 27 »

06

2018 р.

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 Управління і адміністрування

Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради
Університету

від « 26 » 06 2018 р.
протокол № 45

Львів 2018 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти

Перший (бакалаврський)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 Маркетинг

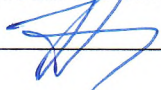
Кваліфікація

Бакалавр з маркетингу

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією
спеціальності 075 Маркетинг

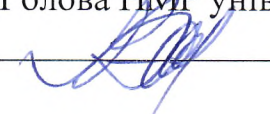
Протокол № 7
від «31» 05 2018 р.

Голова НМК спеціальності
 Є.В.Крикавський

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
університету

Протокол № 35
від «3» 05 2018 р.

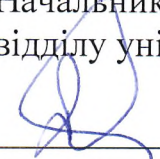
Голова НМР університету
 А.Г. Загородній

ПОГОДЖЕНО

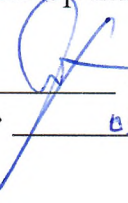
Проректор з науково-педагогічної
роботи Національного університету
«Львівська політехніка»

 О.Р. Давидчак
«01» 05 2018 р.

Начальник Навчально-методичного
відділу університету

 В.М Свірідов
«31» 05 2018 р.

Директор ІНЕМ

 О.Є. Кузьмін
«31» 05 2018 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

Крикавського Є.В. – д.е.н., проф., завідувач кафедри МЛ
Косар Н.С. – к.е.н., доцент кафедри МЛ
Глинського Н.Ю. – к.е.н., доцент кафедри МЛ
Дмитрів А.Я. – к.е.н., доцент кафедри МЛ
Андрющенко О.В. – виконавчий директор ТОВ «Акорд-тур»

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради навчально-наукового Інституту економіки і менеджменту

Протокол № 7 від «13» червня 2018 р.

Голова Вченої ради ІНЕМ _____ О.Є.Кузьмін
(підпис) (прізвище, ініціали)

Затверджено та надано чинності

Наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»

від «27» листопада 2018 р. № 327-А-ДЗ

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Львівська політехніка».

1. Профіль програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Львівська політехніка»,
Повна назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
Наявність акредитації	Акредитована
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність атестата про повну загальну середню освіту
Мова(и) викладання	Українська та частково англійська мови
Основні поняття та їх визначення	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту»
2 – Мета освітньої програми	
	Надати теоретичні знання та практичні уміння і навички, достатні для успішного виконання професійних обов'язків за спеціальністю 075 «Маркетинг» та підготувати студентів для подальшого працевлаштування за обраною спеціальністю
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу та орієнтує на подальшу професійну та наукову кар'єру, пов'язану з маркетинговою діяльністю.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма має п'ять практичних ліній: маркетинг, маркетинг послуг, маркетинг у сфері торгівлі, Інтернет-маркетинг, маркетингова логістика. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, комплекс маркетингу, товарна політика, цінова політика, політика комунікацій, маркетингова логістика, Інтернет-маркетинг.
Особливості програми	
4 – Здатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця у сфері маркетингу: фахівець підрозділу маркетингу, фахівець підрозділу реклами та зв'язків з громадськістю, менеджер (управитель) у сфері надання інформації, менеджер (управитель) у сфері досліджень та розробок, менеджер (управитель) з реклами, фахівці в галузі освіти.
Подальше навчання	Магістерські програми, програми підвищення кваліфікації
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання лекцій, практичних занять, консультацій, самостійної

	роботи із розв'язування проблем; виконання проектів, лабораторні роботи, консультації із викладачами, підготовка бакалаврської кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Екзамени, заліки, поточний контроль, захист курсових проектів (робіт), захист кваліфікаційної бакалаврської роботи
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІНТ)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми під час професійної діяльності у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає застосування оптимальних маркетингових підходів і методів та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	1. Здатність навчатися, сприймати набуті знання в предметній області та інтегрувати їх із уже наявними. 2. Уміння бути критичним та самокритичним для розуміння факторів, які мають позитивний чи негативний вплив на комунікацію, та здатність визначити та врахувати ці фактори в конкретних комунікаційних ситуаціях. 3. Здатність продукувати нові ідеї, проявляти креативність, здатність до системного мислення. 4. Здатність здійснювати пошук та аналізувати інформацію з різних джерел. 5. Здатність ефективно використовувати на практиці різні теорії в області навчання та адміністрування. 6. Уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні обґрунтовані рішення. 7. Уміння проводити дослідження на відповідному рівні, мати дослідницькі навички, що виявляються у здатності формувати (роблячи презентації, або представляючи звіти) нові продукти в обраній галузі, вибирати належні напрями і відповідні методи для їх реалізації, беручи до уваги наявні ресурси. 8. Уміння працювати самостійно і в команді, здатність комунікувати з колегами з питань галузі щодо наукових досягнень, як на загальному рівні, так і на рівні спеціалістів. 9. Знання та розуміння предметної області та розуміння фаху. 10. Уміння працювати у міжнародному контексті. 11. Уміння думати абстрактно, здатність до аналізу та синтезу, що дозволяє формулювати висновки (діагноз) для різних типів складних управлінських задач, здійснювати планування, аналіз, контроль та оцінювання власної роботи та роботи інших осіб. 12. Підприємницький дух, ініціативність через здатність ефективно використовувати на практиці різні теорії в управлінні наукою та в області ділового адміністрування. 13. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій, впровадження комп'ютерних програм та використання існуючих. 14. Орієнтація на збереження навколишнього середовища. 15. Уміння мотивувати людей та рухатися до спільних цілей.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	1. Базові знання наукових понять, теорій і методів, необхідних для розуміння закономірностей здійснення маркетингової діяльності. 2. Базові знання основних нормативно-правових актів та довідкових матеріалів, чинних стандартів та технічних умов, інструкцій та інших нормативно-розпорядчих документів у сфері маркетингу. 3. Знання сучасних інформаційних технологій і систем підтримання прийняття господарських рішень, підбір та оперування належним програмним забезпеченням для вирішення маркетингових завдань

	на підприємстві. 4. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички з менеджменту, маркетингу, фінансів, бухгалтерського обліку, логістики, економіки для ефективної маркетингової діяльності суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки. 5. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах мінливого маркетингового середовища 6.Здатність застосовувати професійно-профільовані знання й практичні навички для розв'язання типових маркетингових задач. 7.Здатність виконувати постановку та формалізацію економічних задач, розв'язувати їх з допомогою сучасних програмних засобів. 8.Уміння визначати функціональні сфери маркетингової діяльності підприємства та аналізувати зв'язки між ними (закупівлі, постачання, товарна політика, організація дистрибуції, ціноутворення, просування товарів, фінанси, людські ресурси). 9.Уміння ідентифікувати вплив факторів макро- та мікросередовища на господарську діяльність підприємства загалом, а також на маркетингову діяльність, зокрема. 10. Здатність прийняти ефективні маркетингові рішення у межах окремих складових комплексу маркетингу організації. 11. Здатність спланувати маркетингове дослідження та проаналізувати його результати. 12. Професійна маркетингова діяльність на підприємстві різних сфер діяльності шляхом планування та контролю на основі використання маркетингових концепцій, методів та інструментів (реалізація обраної маркетингової стратегії, застосування бенчмаркінгу тощо). 13 Визначення на основі отриманих знань впливу культурних та ментальних особливостей на можливості здійснення маркетингової діяльності при виході на інші регіональні чи міжнародні ринки. 14Розуміння принципів функціонування підприємницького середовища, відмінностей залежно від регіону діяльності, розмірів, впливу ділового оточення та вміння пов'язати їх з базовими теоретичними знаннями. 15.Розуміння принципів етики, визначення наслідків їх впливу на діяльність підприємства (тобто використання людських ресурсів, охорона навколишнього середовища тощо). 16.Розуміння принципів психології, визначення наслідків їх впливу на діяльність підприємства, вплив на формування психологічного клімату у колективі (робота в групах, розвиток командного духу, здійснення поведінкових досліджень).
Фахові компетентності за професійним спрямуванням (ФКС)	Блок 0100: 1.Здатність управляти маркетинговою діяльністю підприємства та ризиками, що виникають у процесі роботи підприємства. 2.Розуміння процесу якісного обслуговування клієнтів різних типів незалежно від сфери діяльності підприємства. 3.Уміння будувати ефективні логістичні схеми на засадах базових принципів економічної логістики і з врахування актуальних екологічних тенденцій у логістичній галузі. 4.Уміння будувати лояльні взаємовідносини з контактними аудиторіями на основі застосування базових принципів та технологій зв'язків з громадськістю. 5.Уміння ефективно використовувати інструменти Інтернет-маркетингу у просуванні діяльності компанії та розвитку системи

збуту товарів та послуг.

6. Уміння ефективного ведення ділових переговорів із врахуванням культурних особливостей партнерів.

7. Уміння застосовувати для розвитку маркетингової діяльності підприємства канали масових комунікацій та соціальні медіа-інструменти.

8. Уміння застосовувати основні принципи зеленого маркетингу при розробці маркетингового комплексу для підприємства.

Блок 0200:

1. Базові знання шляхів застосування головних маркетингових концепцій, принципів та підходів у процесі надання різних видів фінансових послуг.

2. Уміння будувати лояльні взаємовідносини з контактними аудиторіями на основі застосування базових принципів та технологій паблік рілейшнз.

3. Уміння ефективно використовувати інструменти Інтернет-маркетингу у просуванні діяльності компанії та розвитку системи збуту товарів та послуг.

4. Уміння застосовувати концепцію маркетингу закупівель, вивчати потреби споживачів, класифікувати закупівлі, аналізувати джерела закупівель, а також використовувати інструменти маркетингу та вести переговори з приводу умов договору закупівель.

5. Уміння застосовувати міжнародні стандарти ISO для удосконалення управління якістю послуг, розробляти і впроваджувати системи управління якістю у сфері послуг.

6. Уміння планувати власний професійний розвиток, застосовувати принципи тайм-менеджменту, аналізувати ринок праці з метою пошуку найбільш оптимального місця для професійної реалізації.

7. Уміння проводити переговори із потенційними та існуючими клієнтами, застосовувати при цьому базові принципи комунікацій, психологічні прийоми, уміння проводити дебати на професійні теми.

8. Уміння розробляти комплекс маркетингу готельно-туристичних послуг, визначати рівень конкурентоспроможності послуги, аналізувати маркетингове середовище сервісної організації, розробляти стандарти обслуговування споживачів готельно-туристичних послуг.

Блок 0300:

1. Базові знання теорії розвитку інфраструктури товарного ринку та її ролі в ринковій економіці, уміння здійснювати пошук кращих умов діяльності суб'єктів інфраструктурного комплексу.

2. Уміння будувати ефективний процес продажу товарів із врахуванням головних принципів маркетингу.

3. Уміння ефективно використовувати інструменти Інтернет-маркетингу у просуванні діяльності компанії та розвитку системи збуту товарів та послуг.

4. Уміння ефективного ведення ділових переговорів із врахуванням культурних особливостей партнерів.

5. Уміння застосовувати міжнародні стандарти ISO для удосконалення управління якістю послуг, розробляти і впроваджувати системи управління якістю у сфері торговельних послуг.

6. Уміння організувати процес якісного обслуговування клієнтів різних типів у сфері торгівельної діяльності підприємства.

7. Уміння планувати власний професійний розвиток, застосовувати принципи тайм-менеджменту, аналізувати ринок праці з метою пошуку найбільш оптимального місця для професійної реалізації.
8. Уміння привертати увагу споживачів до нових товарів і спеціальних пропозицій, розробляти програми просування окремих товарів без залучення додаткових інвестицій, удосконалювати види і способи застосування реклами в місцях продажу.

Блок 0400:

1. Уміння будувати лояльні взаємовідносини з контактними аудиторіями на основі застосування базових принципів та технологій паблік рілейшнз.
2. Уміння ефективно використовувати інструменти Інтернет-маркетингу у просуванні діяльності компанії та її товарів і розвитку системи збуту товарів та послуг.
3. Уміння ефективного ведення ділових переговорів із врахування культурних особливостей партнерів.
4. Уміння оцінювати та класифікувати можливі ризики у процесі здійснення маркетингової діяльності, а також під час побудови логістичної стратегії розвитку.
5. Уміння застосовувати концепцію маркетингу закупівель, вивчати потреби споживачів, класифікувати закупівлі, аналізувати джерела закупівель, а також використовувати інструменти маркетингу та вести переговори з приводу умов договору закупівель.
6. Уміння оперативно відслідковувати динаміку маркетингової діяльності підприємства, застосовувати аналітичні прийоми оцінки результатів маркетингової діяльності підприємств, оперувати методичними підходами у прийнятті управлінських маркетингових рішень на основі інструментарію контролінгу.
7. Уміння створювати якісне інформаційне наповнення для розміщення у мережі Інтернет з метою поширення бажаної інформації про підприємство, формування потрібного іміджу.
8. Уміння управляти бізнес-процесами з використанням баз даних, контактами та історією взаємодії із клієнтами, планувати та управляти продажами з використання CRM систем.

Блок 0500:

1. Здатність управляти процесом продажу у сфері товарів та послуг на основі базових принципів маркетингу.
2. Уміння будувати ефективні логістичні схеми на засадах базових принципів економічної логістики і з врахування актуальних екологічних тенденцій.
3. Уміння оптимізувати комерційні зв'язки торговельного підприємства, використовувати логістичні інформаційні системи та технології.
4. Уміння привертати увагу споживачів до нових товарів і спеціальних пропозицій, розробляти програми просування окремих товарів без залучення додаткових інвестицій, удосконалювати види і способи застосування реклами в місцях продажу.
5. Уміння проводити аналіз ризиків в логістичних ланцюгах, розробляти рішення стосовно зниження і уникнення ризиків, здійснювати необхідне страхування ризиків в логістичних системах.
6. Уміння проводити переговори із потенційними та існуючими клієнтами, застосовувати при цьому базові принципи комунікацій, психологічні прийоми, уміння проводити дебати на професійні

	теми. 7. Уміння розробляти стратегії та оцінювати економічну ефективність закупівельної, транспортної та складської логістики. 8. Уміння формувати політику управління товарними запасами, розробляти систему логістичного обслуговування споживачів.
7 – Програмні результати навчання	
Знання (ЗН)	1. Здатність продемонструвати базові знання з фундаментальних природничих наук, про закономірності розвитку історії, економіки, менеджменту і права, основні філософські категорії та загальнонаукові методи. 2. Здатність продемонструвати базові знання і розуміння класичних і сучасних підходів до маркетингу, його концепцій, принципів, функцій та методів. 3. Здатність продемонструвати знання щодо планування, збирання та оброблення даних, проведення досліджень та моделювання господарської діяльності підприємства на засадах маркетингу. 4. Здатність продемонструвати знання та розуміння функціонування системи маркетингу на підприємстві. 5. Здатність продемонструвати розуміння впливу маркетингових рішень у суспільному, соціальному й екологічному контексті. 6. Здатність продемонструвати знання та розуміння у сфері встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. 7. Здатність продемонструвати знання основних складових у сфері розроблення маркетингової товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів та існуючих ризиків. 8. Здатність продемонструвати знання у сфері нейромаркетингу та дослідження поведінки споживачів. 9. Здатність продемонструвати знання особливостей різних видів товарів та послуг, типів ринку та їх впливу на маркетингову діяльність організації 10. Здатність продемонструвати знання у сфері Інтернет-маркетингу.
Уміння (УМ)	1. Застосовувати базовий математичний апарат для проведення основних економічних розрахунків з метою надання інформації керівництву підприємства для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень. 2. Обирати методологію розрахунку та розраховувати основні макроекономічні показники обсягу національного продукту і рівня цін, аналізувати причини та наслідки проявів нестабільності в економіці, застосовувати основні методи макроекономічного аналізу, оцінювати фіскальну політику, аналізувати фінансові ринки та механізм грошово-кредитної політики. 3. Самостійно аналізувати діяльність підприємства за допомогою знань про загальні закономірності поведінки в різних моделях ринку та про механізми прийняття оптимальних рішень мікроекономічними системами в умовах обмеженості ресурсів з метою забезпечення економічної вигоди. 4. Ефективно працювати як індивідуально, так і у складі команди. 5. Розробляти заходи щодо вдосконалення комплексу маркетингу організації у напрямі підвищення її конкурентоспроможності на ринку, у т.ч. з використанням сучасних інформаційних технологій.

	6. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. 7. Розробляти нові товари та супроводжувати їх розвиток на різних етапах життєвого циклу, приймати ефективні маркетингові рішення щодо споживчих властивостей товару, упакування, оформлення, розробки назви та стилю марки. 8. Організовувати та проводити як на споживчих, так і на промислових ринках заходи у сфері маркетингових комунікацій. 9. Проводити якісні та кількісні маркетингові дослідження: розробляти плани досліджень, формувати гіпотези, складати анкети, підраховувати результати опитувань із застосуванням матриць, представляти результати опитування графічно і таблично, фахово коментувати результати опитування, формувати висновки та рекомендації щодо подальших маркетингових дій. 10. Планувати розташування товарів на полицях роздрібних торговельних організацій на основі застосування головних правил та принципів мерчандайзингу. 11. Розробляти програми заходів для реалізації на підприємстві головних принципів соціально-відповідального бізнесу. 12. Управляти продажами у сфері товарів та послуг, що здійснюються як традиційними каналами збуту, так і у мережі Інтернет, використовувати можливості та засоби нових інформаційних технологій для підвищення ефективності збутових зусиль підприємства. 13. Використовувати загальні принципи та закономірності інтегрованого управління логістичними потоками, розробляти пропозиції щодо формування та удосконалення логістичних систем, здійснювати оцінку економічної ефективності логістичних рішень. 14. Аналізувати потреби та можливості споживачів, визначати та застосовувати релевантні концепції поведінки споживачів, збирати інформацію та трансформувати моделі поведінки у відповідні маркетингові стратегії. 15. Формувати унікальність своєї пропозиції на ринку товарів або послуг.
Комунікація (КОМ)	1. Уміння спілкуватись, включаючи усну та письмову комунікацію українською та іноземною мовами (англійською, німецькою, італійською, французькою, іспанською). 2. Здатність використання різноманітних методів, зокрема сучасних інформаційних технологій, для ефективного спілкування на професійному та соціальному рівнях. 3. Здатність бути критичним та самокритичним для розуміння факторів, які мають позитивний чи негативний вплив на комунікацію, та здатність визначити і врахувати ці фактори в конкретних комунікаційних ситуаціях.
Автономія і відповідальність (АіВ)	1. Здатність адаптуватись до нових ситуацій та приймати відповідні рішення. 2. Здатність усвідомлювати необхідність подальшого навчання на наступних освітніх рівнях з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань. 3. Здатність відповідально ставитись до виконуваної роботи, самостійно приймати рішення, досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики. 4. Здатність критично оцінювати отримані результати діяльності та

	аргументовано захищати прийняті рішення.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	70% науково-педагогічних працівників задіяних до викладання професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг» мають наукові ступені та вчені звання.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Використання сучасних прикладних програм: 1) Програмні продукти «Парус: менеджмент, маркетинг» — призначені для автоматизації бізнес-задач підприємств малого та середнього бізнесу, великих корпорацій та холдингів, а також бюджетних установ і організацій у сфері менеджменту та маркетингу; 2) Програмний продукт, призначений для календарного планування і управління проектам MS Project; 3) Програмний продукт для графічного проектування MS Visio; 4) SPSS – програмний продукт, призначений для обробки та аналізу результатів маркетингових досліджень; 5) Microsoft Office — офісний пакет, створений корпорацією Microsoft для сучасних операційних систем. До складу цього пакету входить програмне забезпечення для роботи з різними типами документів: текстами, електронними таблицями, презентаціями, базами даних тощо.
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	Використання віртуального навчального середовища Національного університету «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та університетами України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе, після вивчення курсу української мови.

2. Розподіл змісту освітньо-професійної програми за групами компонентів та циклами підготовки

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1.	Цикл загальної підготовки	75/31	6/2,5	81/33,5
2.	Цикл професійної підготовки	105/44	54/22,5	159/66,5
Всього за весь термін навчання		180/75	60/25	240/100

3. 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 спеціальності			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
СК1.1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням, частина 1	3	диф. залік
СК1.2.	Політологія	3	екзамен
СК1.3.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
СК1.4.	Іноземна мова за професійним спрямуванням, частина 2	3	екзамен
СК1.5.	Історія державності та культури України	4	екзамен
СК1.6.	Філософія	3	екзамен
СК1.7.	Вступ до фаху «Маркетинг»	3	диф.залік
СК1.8.	Математика для економістів, частина 1 (вища математика)	6	екзамен
СК1.9.	Політична економія	4	екзамен
СК1.10.	Інформатика	5	диф.залік
СК1.11.	Макроекономіка	3,5	диф.залік
СК1.12.	Математика для економістів, частина 2 (теорія ймовірностей та математична статистика)	6	екзамен
СК1.13.	Мікроекономіка	3,5	екзамен
СК1.14.	Історія економіки та економічної думки	4	диф.залік
СК1.15.	Маркетинг	4	екзамен
СК1.16.	Економіко-математичні методи і моделі	7	екзамен
СК1.17.	Міжнародна економіка	4	екзамен
СК1.18.	Статистика	4	екзамен
СК1.19.	Вступ до фаху «Маркетинг» (КР)	2	диф.залік
Всього за цикл:		71	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
СК2.1.	Менеджмент	6	екзамен
СК2.2.	Бухгалтерський облік	4	екзамен
СК2.3.	Економіка підприємства	4	екзамен
СК2.4.	Фінанси, гроші та кредит	4	екзамен
СК2.5.	Економічний аналіз	4	екзамен
СК2.6.	Маркетингові дослідження	5	екзамен
СК2.7.	Промисловий маркетинг	4	екзамен
СК2.8.	Інформаційні системи і технології у маркетингу	3	диф.залік
СК2.9.	Логістика	5	екзамен
СК2.10.	Маркетингова політика комунікацій	5	екзамен
СК2.11.	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
СК2.12.	Маркетингова цінова політика	5	екзамен
СК2.13.	Міжнародний маркетинг	4	диф.залік
СК2.14.	Маркетинг послуг	3	диф.залік
СК2.15.	Нейромаркетинг	4	екзамен
СК2.16.	Основи охорони праці та безпека життєдіяльності	3	диф. залік
СК2.17.	Поведінка споживача	4	екзамен
СК2.18.	Товарознавство	4	екзамен
СК2.19.	Розробка системи менеджменту (КР)	2	диф.залік
СК2.20.	Економіка господарської діяльності підприємства (КП)	3	диф.залік
СК2.21.	Формування комплексу маркетингу організації (КП)	3	диф.залік

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
СК2.22	Маркетингові дослідження організації (КП)	3	диф.залик
СК2.23	Формування програми соціальної відповідальності бізнесу (КП)	3	диф.залик
СК2.24	Переддипломна практика за темою бакалаврської кваліфікаційної роботи	3	диф.залик
СК2.25	Виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи	6	
СК2.26	Захист бакалаврської кваліфікаційної роботи	3	
СК2.27	Кваліфікаційний екзамен	3	
Всього за цикл:		109	
Всього за обов'язкові компоненти:		180	
Вибіркові компоненти спеціальності			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
Всього за цикл:		6	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
<i>Блок 0100: Маркетинг</i>			
ВБ1.1	Управління продажами товарів	3	диф.залик
ВБ1.2	Зелений маркетинг	5	екзамен
ВБ1.3	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ВБ1.4	Логістика постачання	4	екзамен
ВБ1.5	Організація зв'язків з громадськістю у маркетингу	4	екзамен
ВБ1.6	Управління маркетингом	5	диф.залик
ВБ1.7	Управління якістю товарів	4	екзамен
ВБ1.8	SRM-системи	5	екзамен
ВБ1.9	Економіка логістики	4	екзамен
ВБ1.10	Обслуговування клієнта	3	диф.залик
ВБ1.11	Управління ризиками у маркетингу	3	диф.залик
ВБ1.12	Планування та організація розробки товару (КП)	3	диф.залик
<i>Блок 0200: Маркетинг послуг</i>			
ВБ2.1	Управління продажами в сфері послуг	3	диф.залик
ВБ2.2	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ВБ2.3	Маркетинг закупівель	5	екзамен
ВБ2.4	Маркетинг туристичних послуг	4	екзамен
ВБ2.5	Паблік рілейшнз у маркетингу	4	екзамен
ВБ2.6	Розвиток професійної кар'єри	5	диф.залик
ВБ2.7	Управління якістю послуг	4	екзамен
ВБ2.8	CRM-системи	5	екзамен
ВБ2.9	Маркетинг фінансових послуг	4	екзамен
ВБ2.10	Обслуговування клієнта у сфері послуг	3	диф.залик
ВБ2.11	Психологія комунікацій	3	диф.залик
ВБ2.12	Організація та проведення заходів у сфері паблік рілейшнз (КП)	3	диф.залик
<i>Блок 0300: Маркетинг у сфері торгівлі</i>			
ВБ3.1	Управління продажами торговельних організацій	3	диф.залик
ВБ3.2	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ВБ3.3	Інфраструктура товарного ринку	4	екзамен
ВБ3.4	Логістика торгівлі	4	екзамен
ВБ3.5	Мерчандайзинг	5	екзамен

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
ВБ3.6	Розвиток професійної кар'єри	5	диф.залік
ВБ3.7	Управління якістю послуг	4	екзамен
ВБ3.8	CRM-системи	5	екзамен
ВБ3.9	Мистецтво ведення переговорів	3	диф.залік
ВБ3.10	Обслуговування клієнта у сфері торгівлі	3	диф.залік
ВБ3.11	Сучасні технології у торгівлі	4	екзамен
ВБ3.12	Маркетингова діяльність торговельних посередників на товарному ринку (КП)	3	диф.залік
<i>Блок 0400: Інтернет-маркетинг</i>			
ВБ4.1	Управління продажами в сфері Інтернет-маркетингу	3	диф.залік
ВБ4.2	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ВБ4.3	Контролінг маркетинг	4	екзамен
ВБ4.4	Маркетинг закупівель	5	екзамен
ВБ4.5	Паблік рілейшнз у маркетингу	4	екзамен
ВБ4.6	Соціальні медіа	4	екзамен
ВБ4.7	Управління маркетингом	5	диф.залік
ВБ4.8	SRM-системи	5	екзамен
ВБ4.9	Контент-маркетинг	3	диф.залік
ВБ4.10	Мистецтво ведення переговорів	3	диф.залік
ВБ4.11	Управління ризиками у маркетингу і логістиці	4	екзамен
ВБ4.12	Створення та просування Інтернет-магазину (КП)	3	диф.залік
<i>Блок 0500: Маркетингова логістика</i>			
ВБ5.1	Управління продажами	3	диф.залік
ВБ5.2	Екологічна логістика	5	диф.залік
ВБ5.3	Електронний маркетинг і логістика	4	екзамен
ВБ5.4	Логістика складування	5	екзамен
ВБ5.5	Логістика транспортування	4	екзамен
ВБ5.6	Мерчандайзинг	5	екзамен
ВБ5.7	Управління якістю товарів	4	екзамен
ВБ5.8	Економіка логістики	4	екзамен
ВБ5.9	Логістичне обслуговування	3	диф.залік
ВБ5.10	Психологія комунікацій	3	диф.залік
ВБ5.11	Управління ризиками у логістиці	5	екзамен
ВБ5.12	Інтеграція маркетингових і логістичних рішень у діяльності підприємств (КП)	3	диф.залік
Всього по блоку:		48	
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм:		6	
Всього за вибіркові компоненти:		60	
Всього за освітньо-професійну програму		240	

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності рівня та обсягу знань, умінь та компетентностей здобувача вищої освіти, який навчається за освітньою програмою, вимогам стандартів вищої освіти.

Атестація випускників спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту бакалаврської кваліфікаційної роботи та завершується видачею документів встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: Бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей навчальним компонентам

[illegible]

Умовні позначення: СКі – обов’язкова дисципліна, ВВі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ІНТ – інтегральна компетентність, ЗКj – загальна компетентність, ФКj – фахова компетентність спеціальності, ФКСj – фахова компетентність спеціалізації, j – номер компетентності у переліку компетентностей освітньої складової.

[illegible]

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньої програми

[illegible]

Умовні позначення: СКі – обов’язкова дисципліна, ВВі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ЗНм – програмні результати (знання), УМм – програмні результати (уміння), КОМм – програмні результати (комунікація), АіВм – програмні результати (автономія і відповідальність), m – номер програмного результату у переліку програмних результатів освітньої складової.

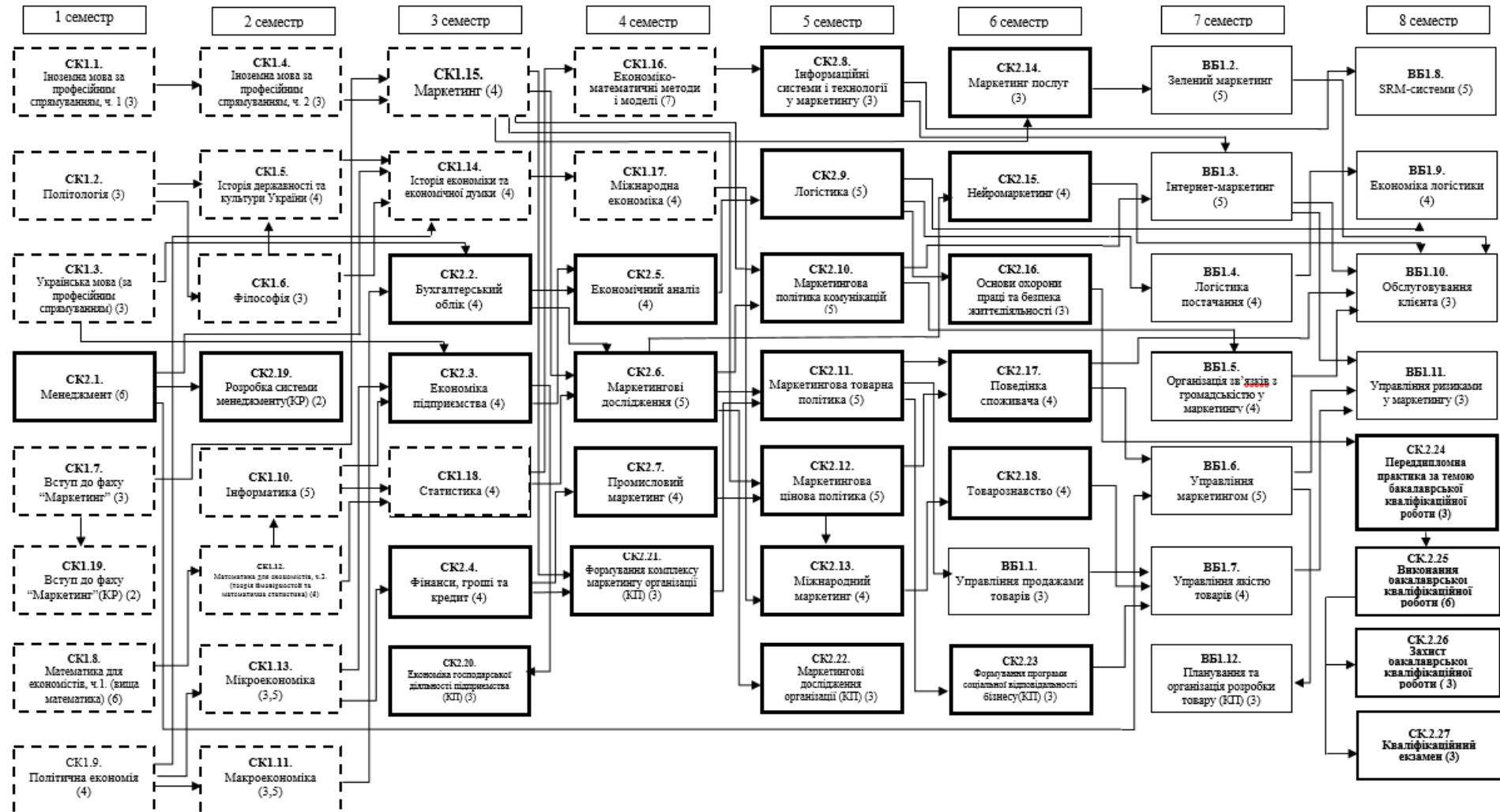
[illegible]

Структурно-логічна схема (Вибірковий блок 0100 «Маркетинг»)

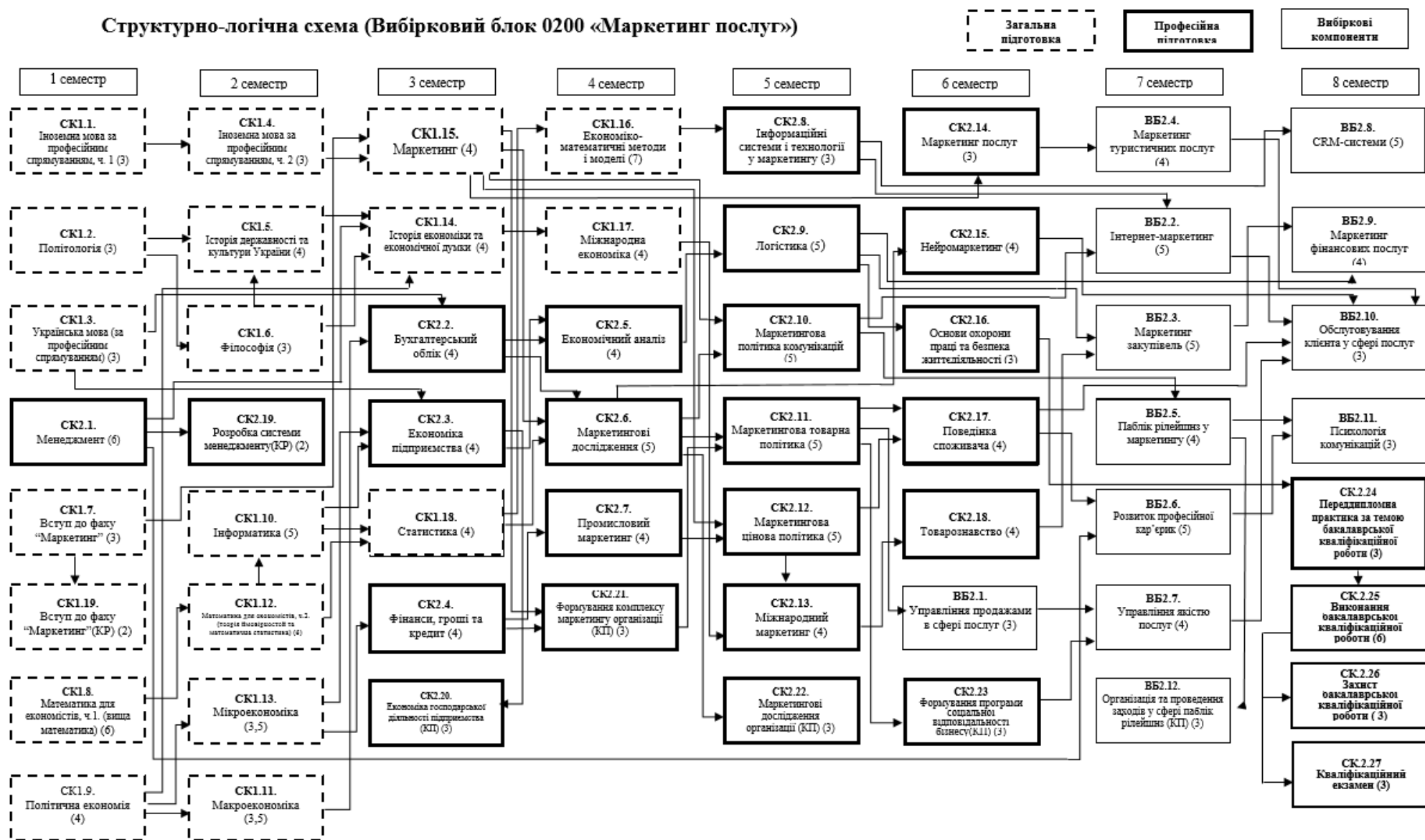
Загальна
підготовка

Професійна
підготовка

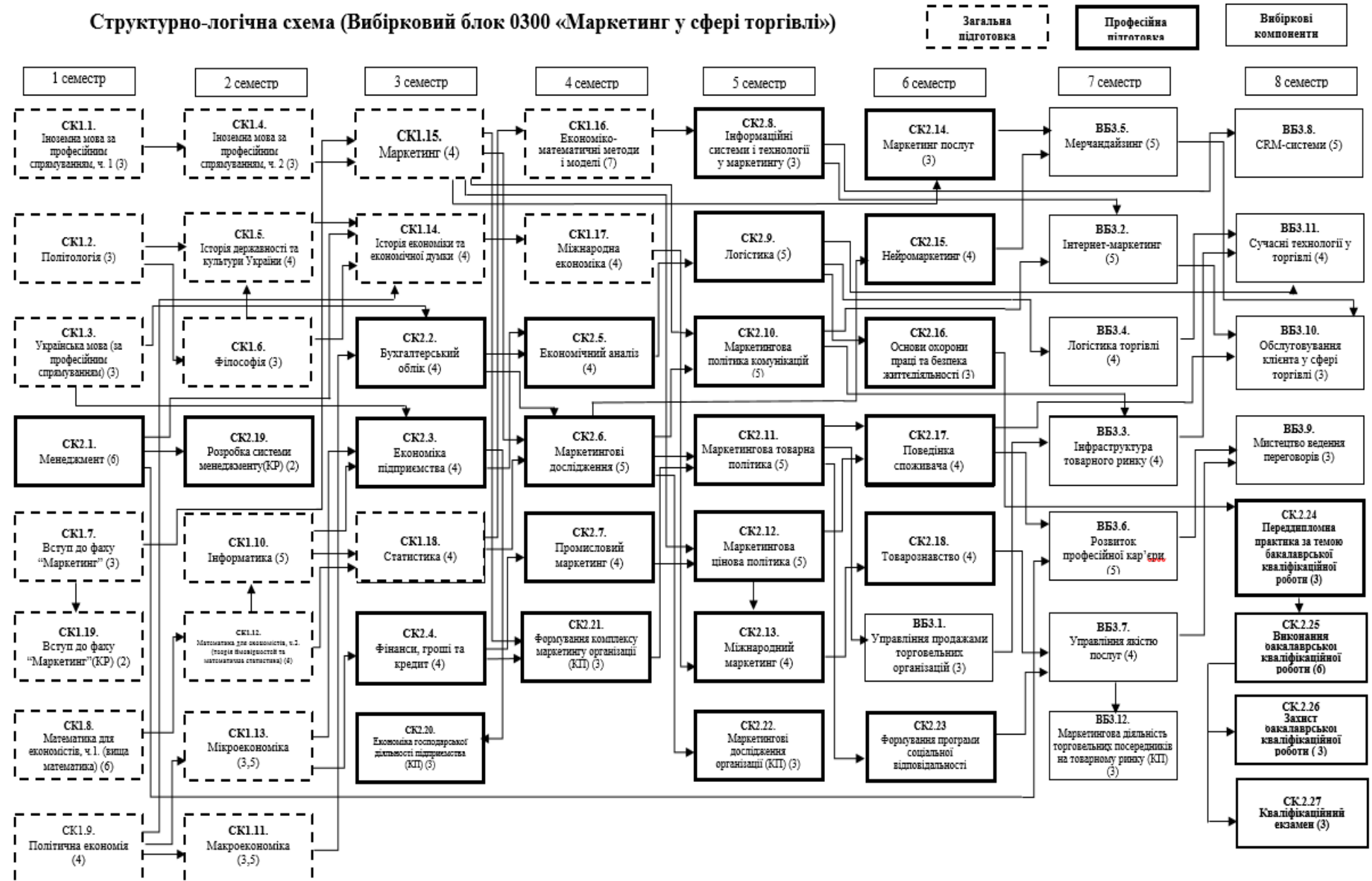
Вибіркові
компоненти



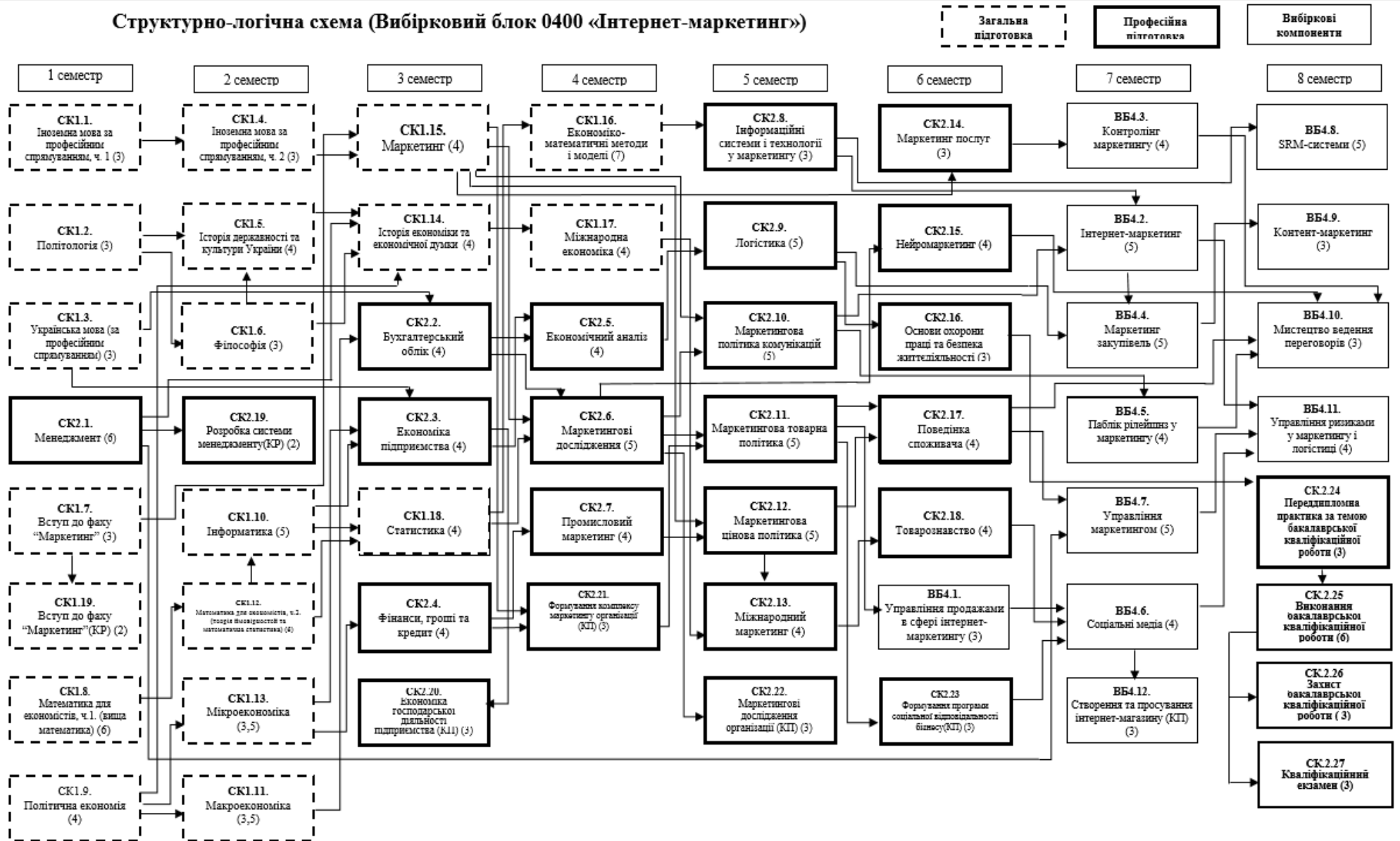
Структурно-логічна схема (Вибірковий блок 0200 «Маркетинг послуг»)



Структурно-логічна схема (Вибірковий блок 0300 «Маркетинг у сфері торгівлі»)



Структурно-логічна схема (Вибірковий блок 0400 «Інтернет-маркетинг»)



Структурно-логічна схема (Вибірковий блок 0500 «Маркетингова логістика»)

