

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ТОВ «БЕРДЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ»

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
кваліфікація: бакалавр з маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

Голова Вченої ради

 /Л.І. Міхов/

(протокол № 2 від «27» 09 2017 р.)

**Освітня програма вводиться в дію з**

«27» 09 2017 р.

Ректор  /Л.І. Антошкіна/

(наказ № 37 від «27» 09 2017 р.)



м. Бердянськ, 2017 рік

## ПЕРЕДМОВА

**1. Розроблено проектною групою кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу у складі:**

1. Бритвенко А.С. – гарант освітньої програми, керівник робочої групи, доцент кафедри економіки і фінансів, кандидат економічних наук, доцент
2. Добренко О.О. – доцент кафедри економіки і фінансів, кандидат економічних наук.
3. Кірова Л.Л. – доцент кафедри економіки і фінансів, кандидат економічних наук, доцент

# 1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр з маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний ступінь, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки. Обсяг освітньої програми бакалавра: <ul style="list-style-type: none"> <li>• На базі повної загальної середньої освіти: 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>• На базі молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра) – 120-180 кредитів ЄКТС.</li> <li>• Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.</li> </ul>
<b>Наявність акредитації</b>	Міністерство освіти і науки України. Сертифікат про акредитацію серії НІ - ІІ № 0873716, дійсний до 1 липня 2025 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти, за результатами ЗНО. На базі молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра)
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	до введення стандартів вищої освіти
<b>Інтерне-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.bumib.edu.ua">http://www.bumib.edu.ua</a>
<b>2. Мета програми</b>	
Підготувати бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, фундаментальними знаннями і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
<b>3. Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</b>	<p>Управління та адміністрування, маркетинг.</p> <p><i>Об'єктами вивчення є:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.</p>

	<p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу, маркетингу промислового підприємства, бренд-менеджменту, сучасних інформаційних технологій в маркетингових дослідженнях.</p> <p><i>Методи, методика, технології та інструменти:</i> бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та здійснення маркетингових управлінських рішень.</p>
<p><b>Орієнтація освітньої програми</b></p>	<p>Освітньо-професійна, прикладна. Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу. Уміння збору і обробки первинної та вторинної інформації, прогнозування і моделювання; технологіями і методами проведення маркетингових досліджень; навичками сегментації і позиціонування. Здатність формувати та управляти товарним асортиментом підприємства, впроваджувати оптимальну цінову політику. Засвоєння навичок проектування і проведення рекламних кампаній, організації, планування й оцінки результатів у рекламі, стимулюванні. Проведення аналізу ринкової ситуації, оцінки споживчої поведінки для вибору оптимальних систем збуту та каналів збуту. Застосування маркетингових інструментів на промисловому, міжнародному ринку, ринку послуг.</p>
<p><b>Основний фокус освітньої програми</b></p>	<p>Підготовка студентів отримати необхідні знання та практичні навички з дисциплін загальної економічної підготовки що безпосередньо формують фахові компетенції.</p>
<p><b>Особливості програми</b></p>	<p>Програма базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сьогоденного стану економіки, орієнтує на актуальні спеціальності, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра (теоретична та прикладна). Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організації та підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання тренінгових методів навчання. Формує маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати інноваційні стратегічні рішення щодо вимог ринку, які швидко змінюються в сучасній економіці. Виконується в активному дослідницькому середовищі.</p>

#### 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

<b>Придатність до працевлаштування</b>	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем. Випускники можуть працювати на посадах: керівника та заступника керівника підприємства, установи чи організації; керівника департаменту маркетингу, керівника підрозділів збуту чи матеріально-технічного постачання (забезпечення), логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівника підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліста з інтернет-маркетингу.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за програмами другого циклу FO-EHEA, 7 рівня, OF-LLL, 7 рівня НРК.
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (роз'яснювальна-ілюстративні), активні (проблемні, інтерактивні, проектні, ділові ігри, проблемні ситуації, групова і парна робота, дискусії, тренінги, із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проектів, «мозкового штурму» та генерації ідей, проектів, кейси, імітаційний тренінг) тощо. Поєднання лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, інтерактивних форм навчання, застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій на основі Інтернету, практичного досвіду, прикладів діяльності конкретних підприємств тощо. За організаційними формами: дистанційного, колективного та інтегративного навчання. За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці. Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, підготовку наукових праць (статей, доповідей (виступів) на наукових та науково-практичних конференціях), залучення студентів до виконання розділів науково-дослідницьких робіт на кафедрі.
<b>Оцінювання</b>	Оцінювання навчальних досягнень студента здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «не зараховано») системами, шкалою навчального закладу (від 0 до 100 балів), національною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання за допомогою комп'ютера або дистанційних засобів навчання, захист лабораторних та індивідуальних робіт, підсумкова атестація.

## 6. Програмні компетентності

<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (КЗ)</b>	<p>КЗ 1. Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації українською мовою.</p> <p>КЗ 2. Здатність до усної комунікації іноземною мовою, в тому числі і професійно-ділового спілкування.</p> <p>КЗ 3. Формування соціальної компетентності, здатність орієнтуватись в історичних процесах.</p> <p>КЗ 4. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів.</p> <p>КЗ 5. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірно-математичні методи їх розв'язання.</p> <p>КЗ 6. Здатність до здійснення професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення техногенних аварій й природних небезпек, контролювати дотримання вимог безпеки та гігієни праці.</p> <p>КЗ 7. Формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь.</p> <p>КЗ 8. Здатність працювати в команді.</p> <p>КЗ 9. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	<p>ФК 1. Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення</p> <p>ФК 2. Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності</p> <p>ФК 3. Здатність до застосування в професійній діяльності системи знань господарського та цивільного права.</p> <p>ФК 4. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.</p> <p>ФК 5. Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживних властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживних властивостей товарів</p> <p>ФК 6. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища</p> <p>ФК 7. Здатність до обґрунтування і вибору комплексу технічних засобів, організації інформаційної бази, визначення складу програмного забезпечення, використання інформаційної технології</p>

	<p>збирання, реєстрації, накопичування та обробки даних для управління і прийняття маркетингових рішень</p> <p>ФК 8. Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу.</p> <p>ФК 9. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p>
<b>7. Програмні результати навчання</b>	
<p>РН 1. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності;</p> <p>РН 2. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності;</p> <p>РН 3. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю;</p> <p>РН 4. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства;</p> <p>РН 5. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку;</p> <p>РН 6. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів;</p> <p>РН 7. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.</p> <p>РН 8. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства;</p> <p>РН 9. Здатність застосовувати знання та вміння для розв'язання якісних та кількісних задач;</p> <p>РН 10. Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти;</p> <p>РН 11. Уміння володіти методологічними прийомами наукових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, використовувати сучасні методи системного наукового аналізу.</p> <p>РН 12. Навички застосування науково-обґрунтованих методів аналізування та прогнозування розвитку підприємств та організацій;</p> <p>РН 13. Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи;</p> <p>РН 14. Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу.</p> <p>РН 15. Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямой дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства (установи, організації);</p> <p>РН 16. Володіння різноманітними практичними навичками щодо комп'ютерного збору і обробки інформації;</p> <p>РН 17. Уміння професійно працювати із сучасною комп'ютерною технікою;</p> <p>РН 18. Навички спілкування, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та принаймні однією із поширених європейських мов;</p> <p>РН 19. Навички взаємодії з іншими людьми, уміння працювати в групах, управління конфліктами та стресами.</p> <p>РН 20. Використовувати аналітичний та методичний інструментарій для розуміння логіки прийняття господарчих рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).</p>	
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>До реалізації програми залучається не менше 60% науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та/або вченими званнями. Науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років</p>

	проходять стажування.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі. 100 % забезпеченість потребам освітніх програм університету: навчальні аудиторії, лабораторії, необхідне устаткування кабінетів. Повне забезпечення робочими комп'ютерними місцями студентів (з врахуванням заочної форми навчання). Наявність інфраструктури для відпочинку та оздоровлення
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Навчальний процес забезпечується навчально-методичними комплексами дисциплін, які містять методичні розробки до семінарських, практичних занять, лабораторних практикумів, методичні вказівки до самостійної роботи студентів, індивідуальні завдання практичної спрямованості; методичними матеріалами до написання курсових та дипломних робіт, проходження практик, завдання для контролю знань (екзаменаційні білети, тестові завдання, модульні, комплексні контрольні роботи). Також викладачі готують та забезпечують видання авторських підручників, навчально-методичних посібників та монографій.
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу» та навчальними закладами країн-партнерів.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Бердянським університетом менеджменту і бізнесу та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів, зокрема, угодами про співпрацю з університетами Польщі.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться

### **I - Форми атестації здобувачів вищої освіти**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здобувачів кваліфікації бакалавра з маркетингу може здійснюватися у формі: - прилюдного захисту кваліфікаційної роботи; та/або - кваліфікаційного іспиту (іспитів).
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)</b>	Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно. Процедура перевірки на плагіат визначається ВНЗ. Порядок та вимоги до оприлюднення визначаються ВНЗ зокрема на офіційному сайті закладу вищої освіти повинна бути оприлюднена кваліфікаційна робота.
<b>Вимоги до атестаційного/єдиного державного кваліфікаційного екзамену (екзаменів) (за наявності)</b>	Атестаційний екзамен за спеціальністю забезпечує оцінювання результатів навчання та рівня сформованості спеціальних компетентностей, зазначених у розділах 4-5 Стандарту. При проведенні атестації здобувачі кваліфікаційного рівня «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» складають екзамен з фаху.



	<p>Екзамен проводиться на відкритому засіданні екзаменаційної комісії за участю не менше половини членів комісії при обов'язковій присутності голови комісії в усній формі і складається з три етапи: 1-й етап – тестова перевірка знань; 2-й етап – відповідь на теоретичні питання; 3-й етап – розв'язання аналітично-розрахункової задачі.</p> <p>Атестація здійснюється на підставі оцінки рівня професійних компетентностей випускників, передбачених даною Освітньою програмою, з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики Присвоєння кваліфікації «Бакалавр з маркетингу» здійснює Екзаменаційна комісія.</p>
--	---

## **II. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

Забезпечення якості підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» передбачає здійсненням таких процедур і заходів:

- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;
- інших процедур і заходів.

Основними вимогами до системи освіти та професійної підготовки є вимоги до науково-педагогічних працівників, які забезпечують навчання здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) освітнього рівня спеціальності 075 «Маркетинг».

У викладанні навчальних дисциплін обов'язкової частини змісту навчання беруть участь доктори наук, професори, кандидати наук, доценти, які мають певний стаж практичної, наукової та педагогічної роботи. Доцільно, щоб викладачі, які забезпечують дисципліни циклу науково-природничої, професійної та практичної підготовки, в переважній більшості мали наукові ступені в галузі економічних наук.

Викладацький склад, який викладає навчальні дисципліни обов'язкової частини змісту навчання, повинний мати кваліфікацію, фах за дипломом про вищу освіту та наукову спеціальність за дипломом про отримання наукового ступеня, які відповідають або споріднені до спеціальності підготовки бакалаврів.

Навчальний процес з обов'язкових дисциплін повинен забезпечуватися методичними комплексами дисциплін, що складаються з підручників, методичних розробок до практичних занять, лабораторних практикумів, методичних вказівок до самостійної роботи студентів, методичних матеріалів до курсового проектування, прототипів розробки курсових проектів, екзаменаційних та тестових запитань різної складності тощо.

## **III. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти**

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Бердянський університет менеджменту і бізнесу проводить підготовку бакалаврів за спеціальністю 075 Маркетинг.

Діяльність вищого навчального закладу провадиться на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить вищий навчальний заклад, органів управління вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів).

### Перелік використаних джерел

1. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.
2. Проект Європейської Комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING).TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.
3. Закон «Про вищу освіту» - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
4. Постанова КМУ «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29 квітня 2015 р. №266 - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
5. Акт узгодження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за ступенями (освітньо-кваліфікаційними рівнями) бакалавра, спеціаліста, магістра та ліцензованого обсягу. Ліцензія: Серія АЕ №636819, дата видачі 19.06.2015 р. / Додаток до листа МОН від 23 листопада 2015 р. №1/9-561.
6. Наказ МОН України «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 06.11.2015 р. № 1151. - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>.
7. Національний глосарій 2014 – [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy\\_Visha\\_osvita\\_2014\\_tempus-office.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf).
8. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // Видавництво «Соціформ», – К.: 2010.
9. НРК - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
10. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти – <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>.
11. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд - [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok\\_sisitemi\\_zabesp\\_yakosti\\_VO\\_UA\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf).
12. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації – [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya\\_osv\\_program\\_2014\\_tempusoffice.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempusoffice.pdf)

### Рекомендовано

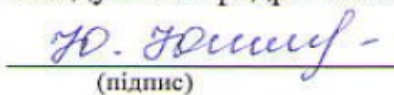
Вченою радою факультету економіки, управління та інформаційних технологій

Протокол від « 22 » вересня 2017 року № 2

Декан факультету економіки, управління та інформаційних технологій

  
(підпис) к.е.н., доцент О.Л. Горяча  
(ініціали та прізвище)

Завідувач кафедри економіки і фінансів

  
(підпис) д.е.н., доцент Ю.Ю. Юрченко  
(ініціали та прізвище)

# Пояснювальна записка

Таблиця 1

**Матриця відповідності компетентностей дескрипторам НРК**

	<b>Класифікація компетентностей за НРК</b>	<b>Знання</b>	<b>Уміння</b>	<b>Комунікація</b>	<b>Автономія та відповідальність</b>
<b>Загальні компетентності</b>					
1.	КЗ 1. Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації українською мовою.	+		+	
2.	КЗ 2. Здатність до усної комунікації іноземною мовою, в тому числі і професійно-ділового спілкування.	+		+	
3.	КЗ 3. Формування соціальної компетентності, здатність орієнтуватись в історичних процесах.	+			+
4.	КЗ 4. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів.	+	+		
5.	КЗ 5. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання.	+	+		
6.	КЗ 6. Здатність до здійснення професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення техногенних аварій й природних небезпек, контролювати дотримання вимог безпеки та гігієни праці.		+		+
7.	КЗ 7. Формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь.	+			
8.	КЗ 8. Здатність працювати в команді.		+	+	
9.	КЗ 9. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.		+		
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>					
1.	ФК 1. Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення	+	+		
2.	ФК 2. Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності	+			
3.	ФК 3. Здатність до застосування в професійній діяльності системи знань господарського та цивільного права.	+			
4.	ФК 4. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.	+	+		
5.	ФК 5. Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживних властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживних властивостей товарів	+			

	<b>Класифікація компетентностей за НРК</b>	<b>Знання</b>	<b>Уміння</b>	<b>Комунікація</b>	<b>Автономія та відповідальність</b>
6.	ФК 6. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища	+	+		
7.	ФК 7. Здатність до обґрунтування і вибору комплексу технічних засобів, організації інформаційної бази, визначення складу програмного забезпечення, використання інформаційної технології збирання, реєстрації, накопичування та обробки даних для управління і прийняття маркетингових рішень	+	+	+	
8.	ФК 8. Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу.	+	+		
9.	ФК 9. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.	+			+

Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	ЗК1	Компетентності																
			ЗК2	Загальні компетентності						Спеціальні (фахові) компетентності									
				ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9
РН 1. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+		+
РН 2. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності;	+		+	+	+			+	+	+		+		+	+		+		+
РН 3. Організувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю	+					+			+	+	+		+						
РН 4. Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	+			+		+			+	+	+				+		+		+
РН 5. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку	+	+		+							+			+	+	+			+
РН 6. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	+			+	+	+			+	+				+	+	+			+
РН 7. Організувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок	+	+	+	+			+			+	+				+				+
РН 8. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства	+			+		+			+	+	+				+				+
РН 9. Здатність застосовувати знання та вміння для розв'язання якісних та кількісних задач	+				+	+					+	+			+	+	+		+
РН 10. Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти	+		+											+			+	+	+
РН 11. Уміння володіти методологічними прийомами наукових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, використовувати сучасні методи системного наукового аналізу	+												+						+
РН 12. Навички застосування науково-обґрунтованих методів аналізування та прогнозування розвитку підприємств та організацій	+				+	+			+								+		
РН 13. Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи	+	+	+			+			+				+	+			+		
РН 14. Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу	+		+								+	+			+			+	+
РН 15. Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства (установи, організації)	+					+			+						+			+	



## 2.1. Перелік компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкова частина</b>			
<i>1.1. Цикл загальної підготовки</i>			
ЗП 1.	Українська мова за професійним спрямуванням	3	Екзамен
ЗП 2.	Історія України	3	Екзамен
ЗП 3.	Історія української культури	3	Екзамен
ЗП 4.	Фізичне виховання (позакредитна дисципліна)	4,5	Залік
ЗП 5.	Філософія	3	Екзамен
ЗП 6.	Політекономія	5	Екзамен, курсова робота
ЗП 7.	Мікроекономіка	4	Екзамен
ЗП 8.	Макроекономіка	4	Екзамен
ЗП 9.	Історія економіки та економічної думки	5	Екзамен
ЗП 10.1	Вища математика	8	Залік, екзамен
ЗП 10.2	Теорія ймовірностей та математична статистика	5	Екзамен
ЗП 11.1	Оптимізаційні методи та моделі	3	Екзамен
ЗП 11.2	Економетрія	4	Екзамен
ЗП 12.	Правознавство	4	Екзамен
ЗП 13.	Безпека життєдіяльності	3	Екзамен
ЗП 14.	Інформаційні системи і технології	5	Залік, екзамен
	<b>Всього за цикл:</b>	<b>62</b>	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
ПП 1.	Економіка підприємства	4	Екзамен
ПП 2.	Менеджмент	4	Екзамен
ПП 3.	Маркетинг	10	Залік, Екзамен курсова робота
ПП 4.	Гроші та кредит	4	Екзамен
ПП 5.	Фінанси	4	Екзамен
ПП 6.	Бухгалтерський облік	4	Екзамен
ПП 7.	Статистика	4	Екзамен
ПП 8.	Поведінка споживача	6	Екзамен
ПП 9.	Логістика	5	Екзамен
ПП 10.	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен
ПП 11.	Маркетинг промислового підприємства	6	Екзамен
ПП 12.	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ПП 13.	Маркетинг послуг	4	Екзамен
ПП 14.	Маркетингові дослідження	7	Екзамен, курсова робота
ПП 15.	Риторика	4	Диф.залік
ПП 16.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік, Екзамен
ПП 17.	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	Екзамен
ПП 18.	Міжнародна економіка	4	Екзамен
ПП 19.	Виробнича практика	6	Диф.залік
ПП 20.	Переддипломна практика	3	Диф.залік
ПП 21.	Підготовка дипломної роботи	15	
ПП 22.	Підсумкова атестація	3	Екзамен
	<b>Всього за цикл:</b>	<b>118</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>180</b>	

<b>Вибіркова частина</b>			
<b>Вибірковий блок загальний 1 -4 (ВБЗ)</b>			
<b>Обирає один блок з ВБЗ 1-ВБЗ 4</b>			
ВБЗ 1.	Блок «Психологія II»	12	Диф.залік
ВБЗ 2.	Блок «Філософія II»	12	Диф.залік
ВБЗ 3.	Блок «Політологія II»	12	Диф.залік
ВБЗ 4.	Комплексний блок «Гуманітарний»	12	Диф.залік
<b>Вибірковий блок загальний 5 -7 (ВБЗ)</b>			
<b>Обирає один блок з ВБЗ 5 - ВБЗ 7</b>			
ВБЗ 5.	Блок «Економіко-математичні методи та моделі II»	12	Диф.залік
ВБЗ 6.	Блок «Інформатика II»	12	Диф.залік
ВБЗ 7.	Комплексний блок «Математика та ICT»	12	Диф.залік
<b>Всього за вибірковий блок загальний</b>		<b>24</b>	
<b>Вибірковий блок професійний 1-9 (ВБП)</b>			
<b>Обирає один блок з ВБП 2,ВБП 5, ВБП 8</b>			
ВБП 2.	Блок «Комерційна діяльність»	12	Диф.залік
ВБП 5.	Блок «Управління персоналом та економіка праці II»	12	Диф.залік
ВБП 8.	Блок «Основи бізнесу»	12	Диф.залік
<b>Обирає один блок з ВБП 3,ВБП 6, ВБП 9</b>			
ВБП 3.	Блок «Фінанси II»	12	Диф.залік
ВБП 9.	Блок «Менеджмент II»	12	Диф.залік
ВБП 6.	Блок «Оціночна діяльність»	12	Диф.залік
<b>Обирає один блок з ВБП 1, ВБП 4, ВБП 7</b>			
ВБП 7.	Блок «Бухгалтерський облік II»	12	Диф.залік
ВБП 1.	Блок «Маркетинг II»	12	Диф.залік
ВБП 4.	Блок «Економіка підприємства II»	12	Диф.залік
<b>Всього за вибірковий блок професійний:</b>		<b>36</b>	
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми:</b>		<b>240</b>	



### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Завершальним етапом навчання студентів зі спеціальності 075 «Маркетинг» є підсумкова атестація.

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

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі кваліфікаційного екзамену та захисту дипломної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня «бакалавра» із присвоєнням кваліфікації бакалавр зі спеціальності «Маркетинг». Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Підсумкова атестація проводиться після закінчення підготовки на певному ступені з метою оцінки знань та фактичної підготовленості до роботи за фахом відповідно до вимог освітньо-професійної програми. Підсумкову атестацію на рівні бакалавра здійснює Екзаменаційна комісія. До складання кваліфікаційного екзамену допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану.

Кваліфікаційний екзамен проводиться як комплексна перевірка знань студентів професійно-орієнтованої теоретичної підготовки за білетами, складеними у повній відповідності до програми підсумкової атестації.

Екзаменаційний білет для проведення кваліфікаційного екзамену включає в себе теоретичний блок, тестовий блок та аналітичне-розрахункове завдання. Теоретичний блок містить питання з затвердженої програми комплексного екзамену за фахом. Тестовий блок містить завдання з профілюючих спецдисциплін і визначає достатній рівень знань. Кількість тестових завдань в білеті пропорційно до загального часу вивчення дисципліни в навчальному плані. Ситуаційне завдання включає питання, об'єднані однією ситуацією і визначає базовий рівень знань та вмінь. Питання містять як теоретичну, так і практичну направленість.

#### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

№ п/п	Дисципліна	Результати навчання																		
		Інтегральна компетентність	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>I. ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА</b>																				
<b>1.1. Цикл загальної підготовки (ЗП)</b>																				
ЗП 1.	Українська мова за проф. спрямуванням	+	+									+	+							+
ЗП 2.	Історія України	+	+		+															
ЗП 3.	Історія української культури	+	+		+							+								
ЗП 4.	Фізичне виховання (позакридитна дисципліна)	+									+									
ЗП 5.	Філософія	+			+															
ЗП 6.	Політекономія	+			+	+														
ЗП 7.	Мікроекономіка	+				+						+								
ЗП 8.	Макроекономіка	+				+						+								
ЗП 9.	Історія економіки та економічної думки	+				+						+								
ЗП 10.1	Вища математика	+						+				+								
ЗП 10.2	Теорія ймовірностей та математична статистика	+						+				+								
ЗП 11.1	Оптимізаційні методи та моделі	+						+				+								+
ЗП 11.2.	Економетрія	+						+				+								
ЗП 12.	Правознавство	+			+				+			+			+					
ЗП 13.	Безпека життєдіяльності	+							+			+								
ЗП 14.	Інформаційні системи і технології	+		+				+				+							+	+
<b>1.2. Цикл професійної і практичної підготовки</b>																				
ПП 1.	Економіка підприємства	+	+					+				+								
ПП 2.	Менеджмент	+	+									+	+			+	+	+		+
ПП 3.	Маркетинг	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+		+	+
ПП 4.	Гроші та кредит	+			+	+						+				+				
ПП 5.	Фінанси	+	+			+						+				+				+

№ п/п	Дисципліна	Результати навчання																		
		Інтегральна компетентність	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПП 6.	Бухгалтерський облік	+	+		+								+	+						+
ПП 7.	Статистика	+						+					+				+		+	
ПП 8.	Поведінка споживача	+	+							+	+	+	+	+	+	+				
ПП 9.	Логістика	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+			
ПП 10.	Маркетингова товарна політика	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+			
ПП 11.	Маркетинг промислового підприємства	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+			
ПП 12.	Маркетингове ціноутворення	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+			
ПП 13.	Маркетинг послуг	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+			
ПП 14.	Маркетингові дослідження	+	+					+		+	+	+	+	+	+	+	+			
ПП 15.	Риторика	+	+		+								+							
ПП 16.	Іноземна мова (за проф. спрямуванням)	+		+	+								+	+					+	+
ПП 17.	Економіка праці й соціально-трудові відносини	+	+			+	+						+	+						+
ПП 18.	Міжнародна економіка	+	+	+	+	+							+							
ПП 19.	Виробнича практика	+				+			+				+						+	
ПП20.	Переддипломна практика	+				+			+				+						+	
ПП 21.	Підготовка дипломної роботи	+				+			+				+						+	
ПП 22.	Підсумкова атестація	+				+			+				+						+	

## 2. ВИБІРКОВА ЧАСТИНА ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА

### 2.1. Дисципліни циклу загальної підготовки (ОБИРАЄ ДВА БЛОКИ)

ВБЗ 1.	<b>Психологія II (вибірковий блок № 1)</b>																			
ВБЗ 1.1	Конфліктологія	+		+								+	+							
ВБЗ 1.2	Психологія управління	+		+								+	+							
ВБЗ 1.3	Юридична психологія	+		+								+	+							
ВБЗ 1.4	Загальна психологія	+		+								+	+							
ВБЗ 2.	<b>Філософія II (вибірковий блок № 3)</b>																			
ВБЗ 2.1	Релігієзнавство	+				+							+							

№ п/п	Дисципліна	Результати навчання																		
		Інтегральна компетентність	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ВБЗ 2.2	Логіка	+		+						+										
ВБЗ 2.3	Етика й естетика	+	+	+						+		+								
ВБЗ 2.4	Соціологія	+		+						+		+								
ВБЗ 3.	<b>Політологія II ( вибірковий блок № 2)</b>																			
ВБЗ 3.1	Основи демократії	+	+	+	+					+										
ВБЗ 3.2	Вступ до політичної науки	+	+	+	+					+										
ВБЗ 3.3	Політичні системи	+	+	+	+					+										
ВБЗ 3.4	Міжнародні політичні відносини	+	+	+	+					+										
ВБЗ 4.	<b>Комплексний (вибірковий блок № 4)</b>																			
ВБЗ 4.1	Психологія	+	+						+	+										
ВБЗ 4.2	Політологія	+		+	+					+		+								
ВБЗ 4.3	Релігієзнавство	+		+																
ВБЗ 4.4	Соціологія	+		+						+		+								
ВБЗ 5	<b>Економіко-математичні методи та моделі II (вибірковий блок № 5)</b>																			
ВБЗ 5.1	Прогнозування соціально-економічних процесів	+				+		+		+		+		+	+	+	+			
ВБЗ 5.2	Математичні методи і моделі в маркетингу	+				+		+		+		+		+	+	+	+			
ВБЗ 5.3	Прикладні методи аналізу економічної інформації	+				+		+		+		+		+	+	+	+			
ВБЗ 5.4	Моделювання економіки	+				+		+		+		+		+	+	+	+			
ВБЗ 6.	<b>Інформатика II (вибірковий блок № 6)</b>																			
ВБЗ 6.1	Економічна інформатика	+				+				+	+						+	+		
ВБЗ 6.2	Електронна комерція	+				+				+	+						+	+		
ВБЗ 6.3	Інформаційні системи і технології на підприємствах	+				+				+	+						+	+		



№ п/п	Дисципліна	Результати навчання																		
		Інтегральна компетентність	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	<b>(вибірковий блок № 4)</b>																			
ВБП 4.1	Ціноутворення	+	+			+				+					+					+
ВБП 4.2	Системи технологій та якість продукції	+	+			+				+					+					+
ВБП 4.3	Внутрішній механізм підприємства	+	+			+				+					+					+
ВБП 4.4	Формування бізнес-моделей підприємства	+	+			+				+					+					+
ВБП 5.	<b>Управління персоналом та економіка праці II (вибірковий блок № 5)</b>																			
ВБП 5.1	Планування праці на підприємстві	+	+			+	+			+		+	+		+					+
ВБП 5.2	Методика визначення продуктивності праці	+	+			+	+			+		+	+		+					+
ВБП 5.3	Ергономіка	+	+			+	+			+		+	+		+					+
ВБП 5.4	Людський розвиток	+	+			+	+			+		+	+		+					+
ВБП 6.	<b>Оціночна діяльність (вибірковий блок № 6)</b>																			
ВБП 6.1	Оціночна діяльність	+				+	+			+					+	+				+
ВБП 6.2	Методи і моделі в оціночній діяльності	+				+	+			+					+	+				+
ВБП 6.3	Оцінка об'єктів нерухомого майна	+				+	+			+					+	+				+
ВБП 6.4	Оцінка машин і обладнання	+				+	+			+					+	+				+
ВБП 7.	<b>Бухгалтерський облік II (вибірковий блок № 7)</b>																			
ВБП 7.1	Аудит	+								+					+		+	+		
ВБП 7.2	Аналіз господарської діяльності	+								+					+		+	+		
ВБП 7.3	Фінансовий аналіз	+								+					+		+	+		
ВБП 7.4	Фінансова статистика	+								+					+		+	+		
ВБП 8.	<b>Основи бізнесу (вибірковий блок № 8)</b>																			
ВБП 8.1	Організація бізнесу	+	+			+				+	+	+			+	+	+			+
ВБП 8.2	Управлінські рішення	+	+			+				+	+	+			+	+	+			+

№ п/п	Дисципліна	Результати навчання																		
		Інтегральна компетентність	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ВБП 8.3	Ситуаційний менеджмент	+	+			+			+	+	+			+	+	+			+	
ВБП 8.4	Контролінг	+	+			+			+	+	+			+	+	+			+	
ВБП 9.	<b>Менеджмент II (вибірковий блок № 9)</b>																			
ВБП 9.1	Самоменеджмент	+	+						+	+	+			+		+		+	+	
ВБП 9.2	Управління персоналом	+	+						+	+	+			+		+		+	+	
ВБП 9.3	Державне і регіональне управління	+	+						+	+	+			+		+		+	+	
ВБП 9.4	Іміджелогія	+	+						+	+	+			+		+		+	+	

**5. Матриця забезпечення програмних компетентностей результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми**

№ п/п	Навчальна дисципліна	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
<b>1. ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА</b>																					
<b>1.1.Цикл загальної підготовки (ЗП)</b>																					
ЗП 1.	Українська мова за проф. спрямуванням					+													+	+	x+
ЗП 2.	Історія України							+													
ЗП 3.	Історія української культури				+	+		+											+		+
ЗП 4.	Фізичне виховання (позакредитна дисципліна)																			+	
ЗП 5.	Філософія																			+	
ЗП 6.	Політекономія		+				+			+		+	+								
ЗП 7.	Мікроекономіка		+	+			+			+		+	+			+					+
ЗП 8.	Макроекономіка		+	+			+			+		+	+								+
ЗП 9.	Історія економіки та економічної думки											+	+								+
ЗП 10.1	Вища математика				+					+											+
ЗП 10.2	Теорія ймовірностей та математична статистика				+					+											+
ЗП 11.1	Оптимізаційні методи та моделі				+					+											+
ЗП 11.2.	Економетрія				+					+											+
ЗП 12.	Правознавство		+			+		+													
ЗП 13.	Безпека життєдіяльності							+												+	+
ЗП 14.	Інформаційні системи і технології									+	+				+		+	+			+



## 1.2. Цикл професійної підготовки

		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	
ПП 1.	Економіка підприємства		+		+		+		+												+	+
ПП 2.	Менеджмент		+	+		+	+	+				+									+	+
ПП 3.	Маркетинг	+	+	+		+	+	+	+			+		+		+					+	+
ПП 4.	Гроші та кредит	+	+				+			+												+
ПП 5.	Фінанси	+	+				+	+		+												+
ПП 6.	Бухгалтерський облік				+		+	+		+	+		+				+	+				+
ПП 7.	Статистика		+		+					+	+	+	+			+	+	+				+
ПП 8.	Поведінка споживача	+		+			+		+	+		+	+	+							+	+
ПП 9.	Логістика	+		+			+	+	+	+		+	+	+	+	+					+	+
ПП 10.	Маркетингова товарна політика	+		+			+	+	+	+		+	+	+	+							+
ПП 11.	Маркетинг промислового підприємства	+		+			+		+	+		+	+	+	+							+
++ПП 12.	Маркетингове ціноутворення	+		+			+		+	+		+	+	+	+	+						+
ПП 13.+	Маркетинг послуг	+		+			+	+	+	+		+	+	+	+							+
+ПП 14.	Маркетингові дослідження	+		+			+	+	+	+		+	+	+	+	+						+
ПП 15.	Риторика					+		+												+	+	+
ПП 16.	Іноземна мова (за проф. спрямуванням)							+			+							+	+	+	+	+
ПП 17.	Економіка праці й соціально-трудова відносини	+						+	+	+			+									+
ПП 18.	Міжнародна економіка	+	+		+	+			+					+		+				+		+
ПП 19.	Виробнича практика	+							+	+				+			+					+
ПП20.	Переддипломна практика	+							+	+				+			+					+
ПП 21.	Підготовка дипломної роботи	+							+	+				+			+					+
ПП 22.	Підсумкова атестація	+							+	+				+			+					+

## 2.ВИБІРКОВА ЧАСТИНА ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА

### 2.1.Дисципліни циклу загальної підготовки (ОБИРАЄ ДВА БЛОКИ)

ВБЗ 1.	<b>Психологія II (вибірковий блок № 1)</b>																				
ВБЗ 1.1	Конфліктологія					+		+	+										+	+	+
ВБЗ 1.2	Психологія управління					+		+	+										+	+	+
ВБЗ 1.3	Юридична психологія					+		+	+										+	+	+
ВБЗ 1.4	Загальна психологія					+		+	+										+	+	+

ВБЗ 2.	<b>Філософія II (вибірковий блок № 3)</b>																				
ВБЗ 2.1	Релігієзнавство					+		+													
ВБЗ 2.2	Логіка				+			+													+
ВБЗ 2.3	Етика й естетика	+				+	+		+		+								+	+	+
ВБЗ 2.4	Соціологія	+				+														+	+
ВБЗ 3.	<b>Політологія II ( вибірковий блок № 2)</b>																				
ВБЗ 3.1	Основи демократії											+			+				+	+	+
ВБЗ 3.2	Вступ до політичної науки											+			+				+	+	+
ВБЗ 3.3	Політичні системи											+			+				+	+	+
ВБЗ 3.4	Міжнародні політичні відносини	+	+			+	+		+		+		+	+	+				+		+
ВБЗ 4.	<b>Комплексний (вибірковий блок № 4)</b>																				
ВБЗ 4.1	Психологія					+		+	+										+	+	+
ВБЗ 4.2	Політологія	+										+							+	+	
ВБЗ 4.3	Релігієзнавство					+		+													
ВБЗ 4.4	Соціологія	+						+												+	+
ВБЗ 5	<b>Економіко-математичні методи та моделі II (вибірковий блок № 5)</b>																				
ВБЗ 5.1	Прогнозування соціально-економічних процесів	+	+			+					+	+	+	+		+	+	+	+		+
ВБЗ 5.2	Математичні методи і моделі в маркетингу	+	+			+					+	+	+	+		+	+	+	+		+

ВБЗ.5.3	Прикладні методи аналізу економічної інформації	+	+		+					+	+	+	+		+	+	+	+			+	
ВБЗ.5.4	Моделювання економіки	+	+		+					+	+	+	+		+	+	+	+				+
ВБЗ 6.	<b>Інформатика II (вибірковий блок № 6)</b>																					
ВБЗ 6.1	Економічна інформатика	+			+					+	+				+	+	+	+				+
ВБЗ 6.2	Електронна комерція	+			+					+	+				+	+	+	+				+
ВБЗ 6.3	Інформаційні системи і технології на підприємствах	+			+					+	+				+	+	+	+				+
ВБЗ 6.4	Моделювання бізнес процесів	+			+					+	+				+	+	+	+				+
ВБЗ 7.	<b>Комплексний (вибірковий блок № 7)</b>																					
ВБЗ 7.1	Прикладні методи аналізу економічної інформації	+	+		+	+	+			+	+	+			+	+	+	+				+
ВБЗ 7.2	Моделювання економіки	+	+		+	+	+			+	+	+			+	+	+	+				+
ВБЗ 7.3	Прогнозування соціально-економічних процесів	+	+		+	+	+			+	+	+			+	+	+	+				+
ВБЗ 7.4	Економічна інформатика		+			+	+			+	+	+			+		+	+				+
<b>2.2 Дисципліни циклу професійної підготовки ( ВБП )</b>																						
ВБП 1.	<b>Маркетинг II (вибірковий блок № 1)</b>																					
ВБП 1.1	Міжнародний маркетинг				+	+	+	+	+						+	+					+	+
ВБП 1.2	Маркетингові комунікації				+	+	+	+	+						+	+					+	+
ВБП 1.3	Маркетинговий аудит				+	+	+	+	+						+	+					+	+
ВБП 1.4	Матеріально-технічне постачання				+	+	+	+	+						+	+					+	+
ВБП 2.	<b>Комерційна діяльність (вибірковий блок № 2)</b>																					
ВБП 2.1	Товарознавство	+			+	+	+	+	+						+	+					+	+
ВБП 2.2	Економіка комерційної	+			+	+	+	+	+						+	+					+	+

	діяльності																				
ВБП 2.3	Інфраструктура товарного ринку	+		+		+	+	+	+					+		+				+	+
ВБП 2.4	Реклама і стимулювання збуту	+		+		+	+	+	+					+		+				+	+
ВБП 3.	<b>Фінанси II (вибірковий блок № 3)</b>																				
ВБП 3.1	Податкова система України	+	+			+	+														+
ВБП 3.2	Фінансовий ринок	+	+			+	+														+
ВБП 3.3	Інвестування	+	+			+	+														+
ВБП 3.4	Фінанси підприємств	+	+			+	+														+
ВБП 4.	<b>Економіка підприємства II (вибірковий блок № 4)</b>																				
ВБП 4.1	Ціноутворення		+		+		+		+									+		+	+
ВБП 4.2	Системи технологій та якість продукції		+		+		+		+									+		+	+
ВБП 4.3	Внутрішній механізм підприємства		+		+		+		+									+		+	+
ВБП 4.4	Формування бізнес-моделей підприємства		+		+		+		+									+		+	+
ВБП 5.	<b>Управління персоналом та економіка праці II (вибірковий блок № 5)</b>																				
ВБП 5.1	Планування праці на підприємстві	+	+	+					+	+				+						+	+
ВБП 5.2	Методика визначення продуктивності праці	+	+	+					+	+				+						+	+
ВБП 5.3	Ергономіка	+	+	+					+	+				+						+	+
ВБП 5.4	Людський розвиток	+	+	+					+	+				+						+	+
ВБП 6.	<b>Оціночна діяльність (вибірковий блок № 6)</b>																				
ВБП 6.1	Оціночна діяльність	+				+				+						+	+	+			+
ВБП 6.2	Методи і моделі в оціночній діяльності	+				+				+						+	+	+			+
ВБП 6.3	Оцінка об'єктів нерухомого майна	+				+				+						+	+	+			+



СТРУКТУРНО - ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ  
075 "МАРКЕТИНГ" ОСВІТНІЙ СТУПІНЬ БАКАЛАВР

