

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

Початкового рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: ступінь вищої освіти молодший бакалавр
спеціальність «Маркетинг»

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ**

Голова вченої ради

_____ /А.А. Мазаракі/

(протокол № ____ від « ____ » _____ 2019 р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2019 р.

Ректор _____ /А.А. Мазаракі/

(наказ № ____ від « ____ » _____ 2019 р.)

Київ 2019

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Ромат Євгеній Вікторович, завідувач кафедри маркетингу, д.н.д.у., проф.
2. Сулова Тетяна Олегівна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н. (керівник проектної групи)
3. Ортинська Валентина Василівна, професор кафедри маркетингу к.е.н., проф.
4. Чуніхіна Тетяна Сергіївна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доц.
5. Кармазінова Вікторія Дмитріївна, ст. викладач кафедри маркетингу, к.е.н.
6. Лісун Яніна Вікторівна, в.о. завідувача кафедри журналістики та реклами, к.е.н., доц.
7. Осика Віктор Анатолійович, декан факультету торгівлі та маркетингу, д.т.н., проф.

Рецензії – відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

8. Андрейченко Едуард Вікторович, заступник голови Спілки рекламистів України
9. Пирогова Тетяна Анатоліївна, маркетинг-директор НВФ «Студцентр»

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1– Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти молодший бакалавр спеціальність «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом молодшого бакалавр, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – початковий цикл, EQF-LLL – 5 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Забезпечення у молодших бакалаврів формування базової системи сучасних професійних знань та набуття основних практичних навичок з метою їх застосування у професійній діяльності для ефективного виконання управлінських завдань в сфері маркетингу.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»

Орієнтація освітньої програми -	Освітньо-професійна, прикладна. Програма складається з дисциплін загальної та професійної підготовки.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в сфері маркетингу. Формування фахової компетентності щодо вміння вирішувати комплексні маркетингові завдання при здійсненні маркетингової діяльності підприємства. Ключові слова: маркетинг, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність на ринку товарів та послуг.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють маркетингову діяльність.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до I Національного класифікатора професій ДК 003:2010: Агенти торговельні; представники торговельні; агенти рекламні; представники з реклами; закупники; оцінювачі та аукціоністи; агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери; брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів; агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції; агенти з комерційних послуг та торговельні брокери; службовці на складах; службовці з транспортних операцій; продавці в магазинах; продавці, що ведуть торгівлю з лотків та на ринках.
Подальше навчання	Подальше навчання – здобуття першого рівня вищої освіти і отримання освітнього ступеня бакалавра.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям базових загальних та професійних компетентностей, достатніх для вирішування завдань, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Оволодіння аналітичними підходами, навичками презентації її результатів рідною і іноземною мовами. Проведення самостійного

	маркетингового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику, навчання через проведення ділових ігор, компетентнісний підхід в побудові та реалізації освітніх програм
Оцінювання	Письмово-усна форма проведення екзаменів, практика, есе, презентації, індивідуальна та проектна робота, ділові ігри. Апробація результатів навчання при практичній підготовці. Підтримка і консультування при підготовці до кваліфікаційного екзамену
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність особи вирішувати типові спеціалізовані задачі в галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних положень і методів маркетингу і характеризується певною невизначеністю умов, нести відповідальність за результати своєї діяльності та контролювати інших осіб у певних ситуаціях
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Генерування нових ідей, виявлення ініціативи та підприємливості, забезпечення якості виконуваних робіт. ЗК 3. Здатність спілкуватися державною та іноземними мовами як усно, так і письмово. ЗК 4. Навички абстрактного та аналітичного мислення та вміння аналізувати інформацію з різних джерел у предметному полі маркетингу. ЗК 5. Вміння спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори (комунікативні навички). ЗК 6. Здатність до самонавчання та виявлення ініціативи та підприємливості.

	<p>ЗК 7. Уміння взаємодіяти в колективі з метою виконання завдань маркетингу.</p> <p>ЗК 8. Дослідницькі уміння, навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 9. Дотримання професійної етики, збереження та примноження моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.</p> <p>ЗК 10. Знання заходів та засобів щодо створення і підтримки здорових та безпечних умов життя і діяльності людини, необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.</p> <p>ЗК 11. Здатність реалізовувати свої права та 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>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Здатність до визначення тенденцій загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.</p> <p>ФК 2. Здатність осягати сутність, зміст теорії маркетингу та функціональні зв'язки між її складовими.</p> <p>ФК 3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг, інтерпретувати їх результати з метою обґрунтування управлінських рішень.</p> <p>ФК 5. Здатність до використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх результативності.</p> <p>ФК 6. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати маркетингових досліджень.</p> <p>ФК 7. Здатність аналізувати поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей.</p> <p>ФК 8. Здатність здійснювати дослідження конкурентоспроможності продукції, підприємства та розробки заходів з їх підвищення.</p>

	<p>ФК 9. Здатність до використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств.</p> <p>ФК 10. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 11. Здатність розробляти та реалізовувати план маркетингу на підприємстві.</p> <p>ФК 12. Здатність до обґрунтування маркетингових проектів забезпечення розвитку бізнесу.</p> <p>ФК 13. Здатність оцінювати імідж підприємства та обґрунтовувати заходи з його підвищення.</p> <p>ФК 14. Здатність до використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх результативності.</p> <p>ФК 15. Здатність до аналізу маркетингового середовища та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень.</p> <p>ФК 16. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення з маркетингу на основі аналізу економічних показників та оцінювати їх ефективність.</p> <p>ФК 17. Здатність формувати на підприємстві маркетингові політики (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлені на досягнення стратегічних цілей.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7 – Програмні результати навчання

	<p>ПРН 1. Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в практичній діяльності.</p> <p>ПРН 2. Застосовувати набуті фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 3. Ставити цілі маркетингового дослідження, збирати необхідну маркетингову інформацію, створювати банки даних, проводити аналіз та інтерпретацію результатів дослідження.</p> <p>ПРН 4. Оцінювати та аналізувати стан маркетингового середовища підприємства.</p> <p>ПРН 5. Спілкуватися іноземною мовою за професійним спрямуванням.</p> <p>ПРН 6. Будувати статистичні таблиці, графіки, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ.</p> <p>ПРН 7. Використовувати знання про класифікацію</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>харчових продуктів та непродовольчих товарів; чинники формування властивостей та якості; асортимент харчових продуктів та непродовольчих товарів; принципи сортування товарів; чинники збереження якості харчових продуктів та непродовольчих товарів.</p> <p>ПРН 8. Формувати програму маркетингових комунікацій підприємства та здійснювати оцінку її ефективності.</p> <p>ПРН 9. Обґрунтовувати вибір носіїв реклами та розроблювати рекламні звернення.</p> <p>ПРН 10. Досліджувати конкурентоспроможність товарів та послуг.</p> <p>ПРН 11. Розроблювати рекламні звернення.</p> <p>ПРН 12. Створювати клієнтські бази.</p> <p>ПРН 13. Розвивати дистриб'юторські мережі; використовувати ефективні методи збільшення обсягів продажу в роздрібній торгівлі та на B2B-ринку.</p> <p>ПРН 14. Аналізувати товарний асортимент підприємства.</p> <p>ПРН 15. Використовувати сучасні програмні технології обробки маркетингової інформації для рішення практичних маркетингових завдань.</p> <p>ПРН 16. Формувати товарні, цінові, збутові, комунікаційні політики підприємства інструментами маркетингу.</p> <p>ПРН 17. Досліджувати середовище підприємницької діяльності, знати процес створення підприємницької діяльності.</p>
8- Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку молодших бакалаврів за спеціальністю «Маркетинг» є кафедра маркетингу КНТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на 5 років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>

<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Забезпеченість приміщень для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метра на одну особу, медичний пункт, гуртожитки. Більше половини навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням</p> <p>Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, SMART-бібліотека, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку.</p> <p>У КНТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності. Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного до спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти).</p> <p>Є офіційний сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії, та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та науково-структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація https://www.knute.edu.ua</p> <p>У системі дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану (http://dist.knute.edu.ua/)</p>

9- Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. Кредити отримані в інших університетах країни, єре зараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність
Міжнародна кредитна мобільність	КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з Університетом Центрального Ланкаширу (<i>University of Central Lancashire</i>) Престон, Великобританія (Школа мов, літератури та міжнародних досліджень, Літня школа з вивчення англійської мови) тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЄКТС, що додатково передбачено навчальним планом

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

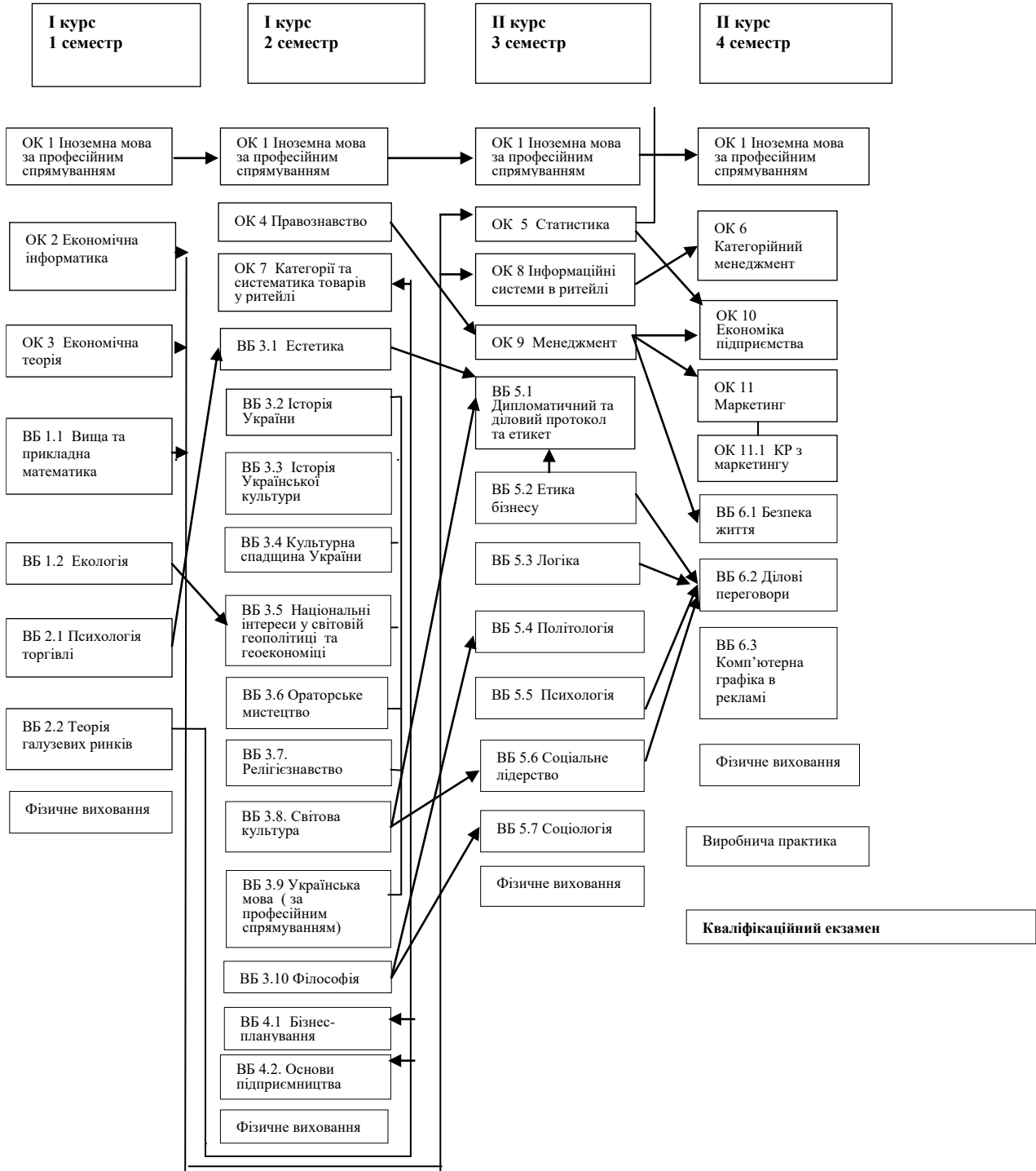
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. Контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	21	екзамен
ОК2	Економічна інформатика	6	екзамен
О К 3	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 4	Правознавство	6	екзамен
ОК 5	Статистика	6	екзамен
ОК 6	Категорійний менеджмент	6	екзамен
ОК 7	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6	екзамен
ОК 8	Інформаційні системи в ритейлі	6	екзамен
ОК 9	Менеджмент	6	екзамен
ОК 10	Економіка підприємства	6	екзамен
ОК 11	Маркетинг	5	екзамен
ОК 11.1	КР з маркетингу	1	залік
	Фізичне виховання		залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		81	
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.1.	Вища та прикладна математика	6	екзамен
ВБ 1.2.	Екологія	6	екзамен
ВБ 2.1.	Естетика	6	екзамен
ВБ 2.2	Історія України	6	екзамен
ВБ 2.3	Історія української культури	6	екзамен
ВБ 2.4	Культурна спадщина України	6	екзамен
ВБ 2.5	Національні інтереси у світовій геополітиці та геоekonomіці	6	екзамен
ВБ 2.6	Ораторське мистецтво	6	екзамен
ВБ 2.7	Релігієзнавство	6	екзамен
ВБ 2.8	Світова культура	6	екзамен
ВБ 2.9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	6	екзамен
ВБ 2.10	Філософія	6	екзамен

Продовження табл.

1	2	3	4
ВБ 3.1.	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6	екзамен
ВБ 3.2.	Етика бізнесу	6	екзамен
ВБ 3.3.	Логіка	6	екзамен
ВБ 3.4.	Політологія	6	екзамен
ВБ 3.5.	Психологія	6	екзамен
ВБ 3.6.	Соціальне лідерство	6	екзамен
ВБ 3.7.	Соціологія	6	екзамен
ВБ 4.1.	Психологія торгівлі	6	екзамен
ВБ 4.2.	Теорія галузевих ринків	6	екзамен
ВБ 5.1.	Бізнес-планування	6	екзамен
ВБ 5.2.	Основи підприємництва	6	екзамен
ВБ 6.1.	Безпека життя	4,5	екзамен
ВБ 6.2.	Ділові переговори	4,5	екзамен
ВБ 6.3.	Комп'ютерна графіка в рекламі	4,5	екзамен
Загальний обсяг вибіркового компонента:		34,5	
Практична підготовка			
	Виробнича практика	3	залік
Атестація			
	Підготовка до кваліфікаційного екзамену та атестація	1,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		120	-

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти молодший бакалавр спеціальність «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито та публічно.

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 2.3	ВБ 2.4	ВБ 2.5	ВБ 2.6	ВБ 2.7	ВБ 2.8	ВБ 2.9	ВБ 2.10	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 3.3	ВБ 3.4	ВБ 3.5	ВБ 3.6	ВБ 3.7	ВБ 4.1	ВБ 4.2	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 6.3	
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	+	+	+	+	+				+		+							+															+					