

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДонНУЕТ

Протокол № 17 від "28" травня 2020 р.

В.о. ректора ДонНУЕТ



О.Б. Чернега

набуває чинності згідно з наказом ректора
№ 109 від "28" травня 2020 р.
Освітня програма вводиться в дію

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

Кривий Ріг

Склад групи забезпечення освітньої програми:

1. Булгакова О. В., к.е.н., доцент – гарант освітньої програми
2. Наторіна А. О., к.е.н.
3. Задніпряна Т. С., к.е.н.

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація

Кваліфікація

бакалавр маркетингу

Тип диплома

одиничний

Обсяг програми

240 кредитів ЄКТС

Нормативний термін навчання

3р. 10 м.

Рівень

бакалавр (перший цикл вищої освіти)

Передумови

Наявність повної загальної середньої освіти

Мова викладання

українська

2- Мета освітньої програми

Надати студентам глибокі наукові, спеціалізовані знання з маркетингу з акцентом на критичному мисленні та практичних навиках дослідження в предметній області, необхідних для отримання широкого доступу до працевлаштування, а також розвитком компетентностей необхідних для дослідницької діяльності, комунікації, поширення інформації та менеджменту підприємств

3- Характеристика освітньої програми

Характеристика програми (програмні області, які формують основу програми)

Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки, дисципліни загально-економічної підготовки, іноземна мова, дисципліни професійної підготовки (19:18:10:53)

Основний фокус освітньої програми

Загальна

Орієнтація освітньої програми

Освітньо-професійна програма з академічною орієнтацією на сучасні тенденції у сфері маркетингу

Особливості програми

Програма розвиває перспективи практичної підготовки фахівців у сфері маркетингу з урахуванням розвитку науки, вимог ринку праці, а також перспектив використання сучасних маркетингових технологій та виконується в активному дослідницько-практичному середовищі

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Здатність до працевлаштування (потенційні галузі/сфери працевлаштування випускників)

Бакалавр маркетингу - має високий рівень теоретичної та практичної підготовки, спеціальні знання, що дозволяє обіймати такі посади: консультант з маркетингу, фахівець з дослідження ринку та вивчення суспільної думки, фахівець у галузі електронної комерції, інтернет-маркетингу, інтернет-бірж, інтернет-магазинів, фахівець з реклами, фахівець із закупівель та продаж, фахівець зі зв'язків з громадськістю, начальник відділу збуту, комерційний агент комівояжер, брокер, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, фахівець з методів розширення ринку збуту.

Подальше навчання

Випускники, які успішно опанували освітньо-професійну програму бакалавра, можуть продовжувати навчання в магістратурі

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання

Лекції, семінарські заняття, тренінги, переддипломна практика, індивідуальні науково-дослідні завдання та самостійна робота (підготовка есе, презентацій, вирішення кейсів та ситуаційних завдань, написання наукових тез доповідей, рефератів)

Оцінювання

Екзамени, заліки, захисти практик, атестаційний екзамен

6- Програмні компетентності

№	Компетентності
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
ЗК11	Здатність працювати в команді.
ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Спеціальні (фахові) компетенції (СК)	
СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу
СК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі
СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
СК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
СК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
СК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7- Програмні результати навчання (Р)

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8- Модуляризація програми

Кожна одиниця програми має довільний вимір (не менш 3 кредитів).

Одному кредиту ЕКТС відповідають 30 год. загального навчального навантаження студента. Один семестр – 30 кредитів, навчальний рік – 60 кредитів.

II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ/НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Перелік компонентів ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
I. Цикл загальної підготовки			
ОЗП1	Історія української державності та культури	5	залік
ОЗП2	Філософія	4	екзамен
ОЗП3	Політична економія	5	екзамен
ОЗП4	Вища математика	6	екзамен
ОЗП5	Інформатика та інформаційні технології	5	залік
ОЗП6	Іноземна мова	10	2 екзамени
ОЗП7	Ділова українська мова	5	екзамен
ОЗП8	Соціологія та політологія	5	екзамен
ОЗП9	Макроекономіка	5	екзамен
ОЗП10	Мікроекономіка	5	екзамен
ОЗП11	Економіко-математичні методи та моделі	5	екзамен
ОЗП12	Практикум з іноземної мови	10	екзамен
II. Цикл професійної підготовки			
ОПП1	Статистика	6	екзамен
ОПП2	Поведінка споживачів	5	залік
ОПП3	Фінанси, гроші та кредит	5	залік
ОПП4	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОПП5	Економіка підприємства	5	екзамен
ОПП6	Менеджмент	5	екзамен
ОПП7	Бухгалтерський облік	5	екзамен
ОПП8	Основи маркетингу	4	екзамен
ОПП9	Маркетинг товарів та послуг	6	екзамен
ОПП10	Паблік рилейшинз	5	залік
ОПП11	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ОПП12	Практика зі спеціальності	3	залік
ОПП13	Управління персоналом	5	екзамен
ОПП14	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОПП15	Маркетингові дослідження	5	залік
ОПП16	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОПП17	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ОПП18	Управління проектами	5	залік
ОПП19	Інноваційний маркетинг	5	екзамен
ОПП20	Управлінські рішення	5	залік

ОПП21	Організаційно-правове забезпечення підприємницької діяльності	6,5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		176,5	
Вибіркові компоненти ОП			
I. Цикл загальної підготовки			
ВЗП1	Психологія	5	залік
ВЗП2	Риторика		
ВЗП3	Основи наукових досліджень та академічне письмо	6	залік
ВЗП4	Організація проведення ділових переговорів		
ВЗП5	Господарське право	4	залік
ВЗП6	Підприємницьке право		
ВЗП7	Трудове право	4	залік
ВЗП8	Адміністративне право		
ВЗП9	Цивілізаційні трансформації сучасності	4	залік
ВЗП10	Філософія економіки		
II. Цикл професійної підготовки			
ВПП1	Інфраструктура товарного ринку	5	екзамен
ВПП2	Логістична інфраструктура		
ВПП3	Самоменеджмент	5	залік
ВПП4	Організація торгівлі		
ВПП5	Управління організаційною поведінкою	6	залік
ВПП6	Основи фундаментального аналізу		
ВПП7	Економічна безпека	5	залік
ВПП8	Міжнародна інтеграція		
ВПП9	Комунікативний менеджмент	4	залік
ВПП10	Менеджмент підприємства		
ВПП11	Мерчандайзинг	5	залік
ВПП12	Логістика розподілу		
ВПП13	Рекламний менеджмент	5	залік
ВПП14	Етика бізнесу		
ВПП15	Економічна та політична конфліктологія	4	залік
ВПП16	Політичні комунікації		
Загальний обсяг вибірових компонентів		62,0	
Атестація			
Атестаційний екзамен		1,5	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

III. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі комплексного екзамену з дисциплін: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження», «Маркетинг послуг», «Маркетингові комунікації» та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Вибіркові дисципліни

	ВЗП1	ВЗП2	ВЗП3	ВЗП4	ВЗП5	ВЗП6	ВЗП7	ВЗП8	ВЗП9	ВЗП10	ВПП1	ВПП2	ВПП3	ВПП4	ВПП5	ВПП6	ВПП7	ВПП8	ВПП9	ВПП10	ВПП11	ВПП12	ВПП13	ВПП14	ВПП15	ВПП16	
ЗК1					*	*	*	*	*	*														*	*	*	
ЗК2									*	*																	
ЗК3											*	*				*	*	*			*						
ЗК4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ЗК5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ЗК6											*		*		*				*	*	*	*	*				
ЗК7													*			*			*	*	*	*	*				
ЗК8											*	*	*		*	*	*		*	*	*	*	*				
ЗК9	*	*	*	*																				*	*	*	
ЗК10																											
ЗК11				*									*			*			*	*	*	*	*				
ЗК12	*	*														*										*	
ЗК13																		*									
ЗК14				*	*	*	*		*	*														*			
ФК1																						*					
ФК2			*								*	*			*												
ФК3																					*	*	*				
ФК4												*									*	*	*				
ФК5																					*	*	*				
ФК6																											
ФК7																											
ФК8																											
ФК9																											
ФК10																					*	*					
ФК11											*	*			*				*	*		*					
ФК12			*	*																	*			*	*		
ФК13																				*			*				
ФК14																					*	*					

Вибіркові дисципліни

	ВЗП1	ВЗП2	ВЗП3	ВЗП4	ВЗП5	ВЗП6	ВЗП7	ВЗП8	ВЗП9	ВЗП10	ВПП1	ВПП2	ВПП3	ВПП4	ВПП5	ВПП6	ВПП7	ВПП8	ВПП9	ВПП10	ВПП11	ВПП12	ВПП13	ВПП14	ВПП15	ВПП16	
P1																					*	*	*				
P2																						*	*	*			
P3																						*	*	*			
P4											*	*	*	*	*	*	*					*	*	*			
P5																											
P6																											
P7																	*			*					*	*	*
P8																	*		*								
P9													*			*	*	*									
P10				*						*	*		*	*	*	*						*	*	*			
P11			*								*	*	*	*				*	*	*							
P12	*	*	*																								
P13	*	*																									
P14																						*	*	*			
P15	*	*			*	*	*	*	*																*	*	*
P16	*	*	*								*		*	*								*	*	*	*		
P17	*	*	*							*																	
P18	*	*	*							*															*	*	