

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузь знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова вченої ради

(протокол № 7 від «27» березня 2019 р.)

Освітня програма вводиться в дію 2019 р.

Ректор (наказ № 499/оф від «28» березня 2019 р.)

Умань 2019 р.

II Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

<i>Обсяг освітньої програми бакалавра</i>	<ul style="list-style-type: none"> - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю.</p>
---	---

IV Перелік компетентностей випускника

Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних</p>

	<p>груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

**V Нормативний зміст підготовки здобувачів першого
(бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у
термінах результатів навчання**

- P1.** 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.

**VI Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня
вищої освіти**

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів).
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Випускна кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Атестаційний екзамен (екзамени) має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

V Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
1.1. Гуманітарна підготовка			
ГП.01	Українська мова за професійним спрямуванням	4	екзамен
ГП.02	Історія та культура України	4	екзамен
ГП.03	Іноземна мова	9	залік/екзамен
ГП.04	Фізичне виховання	4	залік
1.2. Фундаментальна підготовка			
ФП.01	Економічна соціологія	3	залік
ФП.02	Основи наукових досліджень	3	залік
ФП.03	Політекономія	4	екзамен
ФП.04	Національна економіка	3	залік
ФП.05	Комунікативний менеджмент	3	екзамен
ФП.06	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)	4	екзамен
ФП.07	Основи економічної теорії	3	екзамен
ФП.08	Основи автоматизації в галузі		
ФП.08.01	Автоматизація в галузі (I рівень)	3	екзамен
ФП.08.02	Діловодство з використанням комп'ютерних технологій	3	екзамен
ФП.08.03	Автоматизація економічних процесів (1С Бухгалтерія) II рівень	3	залік
ФП.09	Міжнародна економіка	3	екзамен
ФП.10	Ціноутворення	3	екзамен
ФП.11	Міжнародний маркетинг	3	залік
ФП.12	Господарське законодавство	3	екзамен
ФП.13	Самоменеджмент	3	залік
ФП.14	Економічна етика та діловий етикет	3	екзамен
Всього		71	
II. Цикл професійної підготовки			
ПП.01	Фінанси	4	екзамен
ПП.02	Менеджмент	4	екзамен
ПП.03	Економіка підприємства	4	екзамен
ПП.04	Гроші і кредит	4	залік
ПП.05	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ПП.06	Маркетинг	10	залік/екзамен / к/р
ПП.07	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	екзамен
ПП.08	Економікс	6	залік/екзамен
ПП.09	Статистика	4	екзамен
ПП.10	Страховання	4	екзамен/к/р

ПП.11	Маркетингове ціноутворення	6	залік
ПП.12	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ПП.13	Маркетингові дослідження	6	екзамен / к/р
ПП.14	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ПП.15	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг	4	екзамен
ПП.16	Паблік ріленшз	3	залік
ПП.17	Фінанси підприємств	4	екзамен
ПП.18	Інвестування	3	залік
ПП.19	Основи конкуренції	3	залік
ПП.20	Курс-тренінг «Формування бізнес-моделі підприємства»	3	екзамен
Всього		89	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		157	
Вибіркові компоненти ОП			
1. Дисципліни вільного вибору студента			
ВВ1.1	Блок1:		
ВВ1.1.01	Корпоративне управління	3	екзамен
ВВ1.1.02	Курс-тренінг «Техніка активних продаж»	3	залік
ВВ1.1.03	Курс-тренінг «Start-up»	3	екзамен
ВВ1.1.04	Ситуаційний менеджмент	4	екзамен
ВВ1.1.05	Підприємництво і бізнес-культура	3	екзамен
ВВ1.1.06	Бізнес-планування	3	залік
ВВ1.1.07	Маркетинг послуг	3	екзамен
ВВ1.1.08	Логістика	3	екзамен
ВВ1.1.09	Митна справа	3	залік
ВВ1.1.10	Психологія торгівлі	3	залік
ВВ1.1.11	Митне регулювання	3	екзамен
ВВ1.1.12	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ВВ1.1.13	Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності	3	залік
ВВ1.1.14	Товарознавство	3	залік
ВВ1.1.15	Митна логістика	3	залік
ВВ1.1.16	Митні збори та тарифи	3	екзамен
ВВ1.1.17	Мерчандайзинг	3	залік
ВВ1.1.18	Податковий облік і звітність	3	екзамен
ВВ1.1.19	Управління конкурентоспроможністю	4	залік
Всього		60	
ВВ1.2	Блок2:		
ВВ1.2.01	Корпоративне управління	3	екзамен
ВВ1.2.02	Курс-тренінг «Техніка активних продаж»	3	залік
ВВ1.2.03	Курс-тренінг «Start-up»	3	екзамен
ВВ1.2.04	Нормування контролю якості лікарських засобів	4	екзамен
ВВ1.1.05	Підприємництво і бізнес-культура	3	екзамен
ВВ1.1.06	Бізнес-планування	3	екзамен
ВВ1.1.07	Маркетинг послуг	3	екзамен
ВВ1.1.08	Логістика	3	екзамен
ВВ1.1.09	Фармакоєкономіка в Україні	3	залік
ВВ1.1.10	Психологія торгівлі	3	залік
ВВ1.1.11	Маркетинг та менеджмент у фармацевтиці	3	екзамен
ВВ1.1.12	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ВВ1.1.13	Медичне на фармацевтичне товарознавство	3	залік
ВВ1.1.14	Товарознавство	3	залік

ВВ1.1.15	Логістичне обслуговування клієнтів фармацевтичних підприємств	3	залік
ВВ1.1.16	Управління трудовим потенціалом фармацевтичних підприємств	3	екзамен
ВВ1.1.17	Мерчандайзинг	3	залік
ВВ1.1.18	Податковий облік і звітність	3	екзамен
ВВ1.1.19	Управління конкурентоспроможністю	4	залік
Всього		60	
Загальний обсяг вибірових компонентів:		60	
III. Наукова-дослідна робота в практика			
П.	Практична підготовка		
П.01	Навчальна практика	6	залік
П.02	Виробнича практика	6	залік
П.03	Виробнича практика	6	залік
	Атестація		екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
deskрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах
	Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності		К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

