

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський національний технічний університет

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

перший рівень вищої освіти
(назва рівня вищої освіти)

за спеціальністю 075 «Маркетинг»
(код і назва спеціальності)

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та назва галузі знань)

кваліфікація бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Голова вченої ради


Володимир КРОПІВНИЙ

протокол № 10 від «06» 06 2023 р.

наказ № 90 від «04» 06 2023 р.

Освітня програма вводиться в дію з 1.09 2023 р.

Ректор  Володимир КРОПІВНИЙ

Кропивницький, 2023 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ **07 Управління та адміністрування**
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ **075 Маркетинг**
КВАЛІФІКАЦІЯ **Бакалавр з маркетингу**

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО


Науково-методичною комісією
спеціальності 075 Маркетинг

Протокол № 3
від «14» 06 2023 р.
Голова НМК спеціальності


Р.І. Жовновач

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи Центральноукраїнського
національного технічного
університету


«16» 06 2023 р. Андрій КИРИЧЕНКО

РЕКОМЕНДОВАНО


Науково-методичною радою
економічного факультету

Протокол № 3
від «16» 06 2023 р.
Голова НМР економічного

факультету

Наталія ШАЛІМОВА


Ректор
Центральноукраїнського
національного технічного
університету


«16» 06 2023 р. Володимир КРОПІВНИЙ

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
університету

Протокол № 4
від «11» 06 2023 р.
Голова НМР університету


Олександр ЛЕВЧЕНКО

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 - Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена з урахуванням вимог нормативних актів України (Закону України «Про вищу освіту»; Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. N 365); Національного класифікатора України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 18 серпня 2020 року № 1574); Класифікатора видів економічної діяльності ДК 009:2010; Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 зі змінами, внесеними згідно Постанов КМУ № 509 від 12.06.2019 р. та № 519 від 25.06.2020 р.; Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 зі змінами НАЗЯВО № 362 від 05.02.20 року), Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 15.12.2018 р. та професійних стандартів (Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG)).

Освітньо-професійна програма розроблена робочою кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету у складі:

1. Жовновач Р. І. – гарант освітньо-професійної програми, д.е.н., проф., завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ.
2. Романчук С. А. – к.т.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.
3. Ніколаєв І. В. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.
4. Коваль Л. А. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.
5. Загреба М. М. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.
6. Вишнеvsька В. А. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.
7. Вінівітін О.В. – здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг».
9. Буйновський О. О. – Директор ТОВ "Завод "Дзеркальник".

Програма розроблена *робочою* кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики, схвалена науково-методичною комісією спеціальності 075 «Маркетинг», погоджена проректором з науково-педагогічної роботи Центральноукраїнського національного технічного університету, рекомендована науково-методичною радою Центральноукраїнського національного технічного університету.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Центральноукраїнського національного технічного університету.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Центральноукраїнський національний технічний університет Економічний факультет Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Ступінь освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: бакалавр. Кваліфікація: бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Наказ МОН від 08.01.2019 р. № 13 Термін дії: до 01.07.29 р.
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, FQ – ENEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Центральноукраїнського національного технічного університету», затвердженими Вченою радою. Наявність повної загальної середньої освіти. Прийом на основі повної загальної середньої освіти, на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється на конкурсній основі та згідно з чинними Правилами прийому на відповідний рік. Підготовка фахівців з маркетингу проводиться за денною та заочною формами навчання.
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2029 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.kntu.kr.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з організації та ведення маркетингової діяльності та вміють їх застосовувати для вирішення завдань в галузі управління та адміністрування.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предмета (галузь спеціальність) область знань,	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг <i>Об'єктами вивчення є:</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

	<p>сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.</p> <p>Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010).</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу;</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>1237.1 Головні фахівці – керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники;</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління;</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами;</p> <p>2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність);</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Набуття необхідних знань та практичних навиків для подальшої кар'єри у сфері маркетингу.</p> <p>Оволодіння методами прогнозування та дослідження ринку, технологіями розробки маркетингових планів, інструментами цифрового маркетингу, економіко-математичного моделювання маркетингових процесів, методиками здійснення товарної політики, політики просування, рекламної кампанії тощо.</p> <p>Використання пакетів прикладних програм автоматизації процесів управління, аналізу, планування та контролю бізнес - процесів, що</p>

	застосовуються сучасними підприємствами та організаціями. Формування у фахівців здатності використання мережі Інтернет в маркетинговій діяльності підприємства/організації <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова політика, логістика, економіка, реклама, збут, управління
Особливості програми	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингового менеджменту, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Передбачає оволодіння базовими знаннями з маркетингу та набуття компетентностей з визначення пріоритетних напрямків та організації ведення бізнесу на засадах маркетингових концепцій, прийняття ефективних маркетингових рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідні робочі місця в установах та на підприємствах різних галузей діяльності і організаційно-правових форм
Подальше навчання	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF LLL та 7 рівня НРК
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт, участі у наукових конференціях, тренінгах, дистанційного навчання в системі Moodle
Оцінювання	Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестування в системі навчального середовища Moodle; презентація рефератів; наукових робіт; захист курсових робіт; захист звітів з практики; заліки, екзамени. Система оцінювання: здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівневою національною шкалою (зараховано, не зараховано); 100-бальною; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
6 - Програмні компетентності	
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 (ІК).
Загальні компетентності	1. 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 (ЗК ₁). 2. 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

	<p>форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя (ЗК₂).</p> <p>3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК₃).</p> <p>4. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями (ЗК₄).</p> <p>5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК₅).</p> <p>6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності(ЗК₆).</p> <p>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК₇).</p> <p>8. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК₈).</p> <p>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК₉).</p> <p>10.Здатність спілкуватися іноземною мовою (ЗК₁₀).</p> <p>11.Здатність працювати в команді (ЗК₁₁).</p> <p>12.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК₁₂).</p> <p>13.Здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК₁₃).</p> <p>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК₁₄).</p> <p>15. Знання законодавчих, нормативно-правових, інженерно-технічних та санітарно-гігієнічних основ забезпечення безпечної діяльності (ЗК₁₅).</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК₁).</p> <p>2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (СК₂).</p> <p>3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК₃).</p> <p>4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (СК₄).</p> <p>5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (СК₅).</p> <p>6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК₆).</p> <p>7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК₇).</p> <p>8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК₈).</p> <p>9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності (СК₉).</p> <p>10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (СК₁₀).</p> <p>11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків(СК₁₁).</p> <p>12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК₁₂).</p> <p>13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі</p>

	<p>(СК₁₃).</p> <p>14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК₁₄).</p> <p><i>Спеціальні (фахові) компетентності визначені закладом вищої освіти</i></p> <p>15. Здатність використовувати аналітичні методи та методи економіко-математичного моделювання для обґрунтування рішень у маркетинговій діяльності(СК₁₅).</p> <p>16. Здатність вибору та використання технологій Digital-маркетингу для ринків різної направленості (СК₁₆).</p>
7 - Програмні результати навчання	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (ПРН₁). 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (ПРН₂). 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (ПРН₃). 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (ПРН₄). 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПРН₅). 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності (ПРН₆). 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (ПРН₇). 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПРН₈). 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень (ПРН₉). 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта (ПРН₁₀). 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта (ПРН₁₁). 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (ПРН₁₂). 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи (ПРН₁₃). 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення (ПРН₁₄). 15. 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 (ПРН₁₅). 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки (ПРН₁₆). 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. (ПРН₁₇). 	

<p>18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності (ПРН₁₈).</p> <p style="text-align: center;"><i>Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти</i></p> <p>19. Демонструвати вміння використовувати аналітичний інструментарій та відповідні методи і моделі для розуміння логіки прийняття управлінських рішень у маркетинговій діяльності, обґрунтування основних напрямів розвитку та вирішення маркетингових задач(ПРН₁₉)</p> <p>20. Застосовувати сучасні маркетингові технології та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах Digital- маркетингу(ПРН₂₀)</p> <p>21. Ідентифікувати, аналізувати та досліджувати небезпечні чинники природнього та техногенного середовищ. Вміти обґрунтовано вибирати пристрої, системи і методи відповідно до майбутнього профілю роботи з попередження виникнення надзвичайних ситуацій, локалізації та ліквідації їхніх наслідків(ПРН₂₁).</p>	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>До проведення лекцій з навчальних дисциплін відповідно з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», здійснення наукового керівництва кваліфікаційними роботами залучаються науково-педагогічні працівники, рівень наукової та професійної активності кожного з яких засвідчується виконанням за останні п'ять років не менше чотирьох умов, зазначених у пункті 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджених Постановою КМУ від 30 грудня 2015 р., № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</p> <p>Науково-педагогічні працівники, які виконують усі види навчального навантаження з навчальних дисциплін відповідно з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», мають наукові публікації відповідно до профілю дисциплін, які вони викладають, та проходять підвищення кваліфікації не рідше одного разу на п'ять років.</p> <p>До проведення наукових семінарів, конференцій, круглих столів тощо для здобувачів освітньо-професійної програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» залучаються вітчизняні висококваліфіковані фахівці-практики.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Інформаційне забезпечення освітньої діяльності спеціальності 075 «Маркетинг» включає:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність бібліотеки з трьома читальними залами із загальним фондом близько 500 тис. примірників. 2. Можливість користуватися пошуком у Електронному каталозі бібліотеки через локальну мережу університету, база даних якого налічує 131370 записів.

	<p>3. Вільний доступ до репозитарію ЦНТУ CUNTUR, де можна ознайомитись з науковими працями та навчально-методичними матеріалами викладачів та аспірантів ВНЗ, переглянути повнотекстові публікації наукових збірників видавництва університету, матеріали студентських конференцій та тези доповідей, автореферати та дисертації тощо.</p> <p>4. Доступ до системи дистанційного навчання Moodle, яка містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін спеціальності.</p> <p>5. Доступ до спеціалізованих періодичних видань.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення освітньої діяльності спеціальності 075 «Маркетинг» включає опис освітньої програми, навчальний план та пояснювальну записку до нього, робочі програми, комплекси навчально-методичного забезпечення та навчальних матеріалів (підручників, навчальних посібників, методичних вказівок) з кожної навчальної дисципліни навчального плану, робочі програми та методичні вказівки з усіх видів практики</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На загальних підставах в межах України.</p> <p>На основі двосторонніх договорів між Центральноукраїнським національним технічним університетом та ЗВО України</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між ЦНТУ та зарубіжними закладами вищої освіти</p> <p>Працюють програми обмінів для здобувачів, викладачів і науковців країн Європи в рамках програми Erasmus та обміну студентами між університетами європейського континенту – TEMPUS/TACIS.</p> <p>Міжнародну співпрацю з економічного напрямку представляють: Батумський державний університет ім. Шота Руставелі (Грузія); Університет інформатики та прикладних знань (Лодзь, Польща); Білостоцький університет (Польща); Університет економіки у місті Бидгощ, Польща (Wyższa Szkoła Gospodarki, WSG); Центрально-Європейський Університет, м. Скаліца (Словацька Республіка), Державний MohawkCollege (Канада) та інші</p>

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/ роботи, практики кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Дисципліни загальної підготовки			
ЗП 1	Українські студії	6	Екзамен
ЗП 2	Вища та прикладна математика	5	Екзамен
ЗП 3	Основи економічної теорії	4	Екзамен
ЗП 4	Основи інформаційних систем	4	Залік
ЗП 5	Університетська та фахова освіта	4	Залік
ЗП 6	Ділове спілкування	4	Залік
ЗП 7	Безпека життєдіяльності	2	Залік
ЗП 8	Макроекономіка	4	Екзамен
ЗП 9	Мікроекономіка	4	Екзамен
ЗП 10	Філософія	3	Залік
ЗП 11	Економетрика та оптимізаційні методи і моделі	5	Екзамен
ЗП 12	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік
ЗП 13	Основи здорового способу життя	3	Залік
	Усього	54	
2. Дисципліни професійної підготовки			
ПП 1	Деонтологія та психологія маркетингу	4	Екзамен
ПП 2	Економіка підприємства	4	Залік
ПП 3	Маркетинг	10	Залік Екзамен Курсова робота
ПП 4	Захист прав споживачів	5	Екзамен
ПП 5	Основи бізнес аналітики	5	Екзамен
ПП 6	Менеджмент	4	Екзамен
ПП 7	Фінанси, гроші та кредит	4	Залік
ПП 8	Ризикологія	5	Екзамен
ПП 9	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
ПП 10	Інноваційні технології в маркетингу	5	Екзамен
ПП 11	Статистика	4	Залік
ПП 12	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ПП 13	Поведінка споживача	5	Екзамен
ПП 14	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ПП 15	Стратегія збуту і просування товарів	4	Залік
ПП 16	Маркетинг послуг	4	Залік
ПП 17	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
ПП 18	Маркетингові комунікації	4	Залік
ПП 19	Інформаційні системи управління підприємствами та організаціями	5	Екзамен
ПП 20	Інфраструктура товарного ринку	5	Екзамен
ПП 21	Digital-маркетинг	5	Екзамен
ПП 22	Логістика	6	Екзамен
ПП 23	Міждисциплінарна курсова робота	3	Диференційований залік
ПК 1.	Тренінг-курс "Цифрові технології в маркетингу"	6	Диференційований

			залік
ПК 2.	Виробнича практика з маркетингу	6	Диференційований залік
	Атестаційний екзамен	2	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		178	
Вибіркові компоненти ВК			
3. Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти			
ВК	Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти	62	
Загальний обсяг вибірових компонент		62	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» ЦНТУ проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею диплому встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєння кваліфікації: бакалавр з маркетингу за спеціалізацією маркетинг.

Атестація якості підготовки бакалавра за фахом «Маркетинг» щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої підготовки вимогам Освітньої програми здійснюється після виконання здобувачами вищої освіти у повному обсязі навчального плану вищого навчального закладу з даного фаху.

Випускній атестації передуює семестрова (проміжна) атестація здобувача за результатами виконання індивідуального плану. Документами, що підтверджують проміжну атестацію здобувача, є довідка про складання іспитів і заліків, витяг із протоколу засідання кафедри та вченої ради факультету тощо. До випускної атестації допускаються здобувач, які успішно виконали всі вимоги навчального плану зі спеціальності відповідного РВО (не мають академічної заборгованості). Складання атестаційного екзамену оцінюється відповідно до критеріїв за 100-бальною шкалою з наступним переведенням балів до оцінок за національною шкалою.

Здобувач, який не склав випускний екзамен, або не з'явився на випускний екзамен без поважних причин, відраховується з університету як такий, що не пройшов випускної атестації.

Здобувач, який не з'явився на випускний екзамен з поважної, документально підтвердженої причини, ректором може бути продовжений строк навчання до наступного терміну роботи екзаменаційної комісії, але не більше, ніж на один рік.

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

Випускна атестація здійснюється екзаменаційною комісією (ЕК) на підставі Положення про екзаменаційну комісію. Строки проведення випускної атестації визначаються навчальними планами.

Звіт голови ЕК зі спеціальності обговорюється на засіданні кафедри і вченої ради/факультету.

Загальні підсумки роботи екзаменаційних комісій зі спеціальностей університету обговорюються на засіданні Вченої ради університету.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. Матриця відповідності програмних компетенцій компонентам освітньої програми

№	КОМПОНЕНТА	КОМПЕТЕНЦІЇ																																		
		ЗК ₁	ЗК ₂	ЗК ₃	ЗК ₄	ЗК ₅	ЗК ₆	ЗК ₇	ЗК ₈	ЗК ₉	ЗК ₁₀	ЗК ₁₁	ЗК ₁₂	ЗК ₁₃	ЗК ₁₄	ЗК ₁₅	СК ₁	СК ₂	СК ₃	СК ₄	СК ₅	СК ₆	СК ₇	СК ₈	СК ₉	СК ₁₀	СК ₁₁	СК ₁₂	СК ₁₃	СК ₁₄	СК ₁₅	СК ₁₆	ІК			
1	ЗП 1	+	+												+																			+		
2	ЗП 2									+																						+		+		
3	ЗП 3			+	+				+																										+	
4	ЗП 4				+			+		+																						+		+	+	
5	ЗП 5	+			+		+										+																		+	
6	ЗП 6				+	+							+																				+		+	
7	ЗП 7		+													+																			+	
8	ЗП 8			+	+				+																										+	
9	ЗП 9			+	+			+	+																										+	
10	ЗП 10				+										+																	+			+	
11	ЗП 11							+	+	+														+				+				+			+	
12	ЗП 12										+			+																					+	
13	ЗП 13		+																																+	
14	ПП 1		+				+			+			+		+			+														+			+	
15	ПП 2								+																											+
16	ПП 3				+	+	+	+	+	+		+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
17	ПП 4	+			+		+										+																			+
18	ПП 5			+					+														+				+					+			+	
19	ПП 6			+		+		+					+																							+
20	ПП 7				+		+																													+
21	ПП 8			+					+										+						+											+
22	ПП 9						+											+	+		+	+										+			+	
23	ПП 10			+	+		+										+									+			+		+		+		+	

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

№	КОМПОНЕНТА	ПРОГРАМНИЙ РЕЗУЛЬТАТ НАВЧАННЯ (ПРН)																				
		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	ПРН ₂₁
1	ЗП 1															+		+	+			
2	ЗП 2				+			+												+		
3	ЗП 3		+	+							+	+										
4	ЗП 4				+			+				+								+	+	
5	ЗП 5	+										+			+	+	+	+				
6	ЗП 6										+	+		+	+		+	+				
7	ЗП 7														+							+
8	ЗП 8		+	+							+	+										
9	ЗП 9		+	+							+	+										
10	ЗП 10									+	+	+	+		+	+						
11	ЗП 11		+	+	+		+	+												+		
12	ЗП 12														+	+	+					
13	ЗП 13														+							
14	ПП 1	+	+							+	+				+			+				
15	ПП 2		+	+	+																	
16	ПП 3	+	+	+	+	+				+	+	+		+		+			+	+		
17	ПП 4	+									+	+			+							
18	ПП 5		+		+	+					+								+			
19	ПП 6				+					+	+		+			+						
20	ПП 7		+	+						+	+					+						
21	ПП 8		+		+	+			+													
22	ПП 9	+	+	+			+									+			+			
23	ПП 10	+		+					+		+	+	+						+	+		

24	ПП 11		+		+			+		+												
25	ПП 12	+	+	+	+	+	+			+							+			+		
26	ПП 13	+	+	+		+	+				+	+	+				+		+		+	
27	ПП 14	+	+	+		+											+			+	+	
28	ПП 15	+	+	+	+				+	+	+			+	+	+	+					
29	ПП 16	+		+		+		+	+				+				+					
30	ПП 17	+	+	+	+	+	+			+				+	+		+			+		
31	ПП 18	+		+	+			+							+		+			+	+	
32	ПП 19				+			+				+								+		
33	ПП 20	+				+	+		+			+					+					
34	ПП 21	+						+	+				+				+				+	
35	ПП 22	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+					
36	ПП 23	+	+		+		+	+		+			+					+				+
37	ПК 1	+			+			+				+	+				+			+	+	+
38	ПК 2	+	+	+	+	+	+				+	+					+			+	+	+

7. Матриця відповідності визначених Стандартом та ЗВО компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Відповідальність і автономія
	Зн1 Концептуальні наукові та практичні знання, Зн2 Критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	УМ1. Поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації К2. Збір, інтерпретація та застосування даних К3. Спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	ВА1. Управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами ВА2. Спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах ВА3. Формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти ВА4. Організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп ВА5. Здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії
Загальні компетентності				
ЗК1			K1	BA3
ЗК2				BA3
ЗК3		УМ1	K2	BA5
ЗК4	ЗН1	УМ1		BA5
ЗК5			K1	BA2
ЗК6	ЗН2	УМ1		BA3
ЗК7	ЗН1	УМ1	K1	BA4
ЗК8		УМ1	K2	BA3
ЗК9		УМ1	K2	BA1
ЗК10			K3	BA3
ЗК11			K1	BA4
ЗК12			K3	BA2
ЗК13	ЗН2	УМ1	K3	BA4
ЗК14		УМ1	K1	BA5
ЗК15	ЗН1	УМ1	K1	BA1
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1	ЗН1		K2	BA4
СК2	ЗН2	УМ1	K2	BA1
СК3		УМ1	K2	BA2
СК4		УМ1	K1, K3	BA1
СК5			K2	BA2
СК6	ЗН2	УМ1	K2	BA2
СК7	ЗН2	УМ1	K2	BA3
СК8	ЗН2	УМ1	K1	BA1
СК9	ЗН1	УМ1	K1	BA1
СК10	ЗН1	УМ1	K1, K2, K3	BA2
СК11	ЗН2	УМ1	K2	BA1
СК12		УМ1	K1, K2, K3	BA1
СК13		УМ1	K1, K3	BA1
СК14		УМ1	K1, K3	BA1
СК15	ЗН2	УМ1	K1, K2, K3	BA2
СК16		УМ1	K2	BA2

Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. N 365) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
3. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти // Протокол від 29.03.2016 № 3 Сектор вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України. - 29 с.
4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 18 серпня 2020 року № 1574) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1574915-20#Text>
5. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010, затверджений Наказом Держспоживстандарту України від 29.11.2010 року №530. URL: <http://sfs.gov.ua/dovidniki-reestri-perelik/pereliki-/128651.html>.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341.
7. Національна рамка кваліфікацій. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 зі змінами, внесеними згідно Постанов КМУ № 509 від 12.06.2019 р. та № 519 від 25.06.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>
8. TUNING. Educational Structures in Europe. – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.
9. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. Укладачі: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. К. : ТОВ «Видавничийдім «Плеяди», 2014. – 100 с.
10. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266 зі змінами НАЗЯВО № 362 від 05.02.20 року) URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>.
11. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266: Наказ Міністерства освіти і науки України від 06.11.2015 р. №1151 URL: <http://old.mon.gov.ua> /ru/about-ministry/normative/4636.
12. Про затвердження персонального складу Науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України, затверджено наказом МОН України №375 від 06.04 2016 р. URL: <http://old.mon.gov.ua> /ru/about ministry/normative/5392-
13. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Наказ Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/075-marketing-bakalavr.pdf>
14. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С. та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. Київ: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. 84 с.
15. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації/ Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. К.: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. 120 с.