

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор

С. Ф. Марова.

СХВАЛЕНО

Вченою радою ДонДУУ

протокол 8/4 від 28.03 2018 р.

ТИМЧАСОВА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	перший (бакалаврський)
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	бакалавр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 «Маркетинг»

Маріуполь 2018

I Преамбула

Освітньо-професійна програма вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» першого рівня вищої освіти затверджена та введена в дію Наказом ректора Донецького державного університету управління № 127/1 від 30.03.2018 р.

ВНЕСЕНО:

Кафедрою «Маркетинг» Донецького державного університету управління, _____ 20__ р. протокол № _____.

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ:

Наказом ректора від від 30.03.2018 р р. № 127/1

РОЗРОБНИКИ:

Проектна група (Наказ ректора ДонДУУ №635 від 21.12.2017):

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми):

Чуприна О.О. - к.держ.упр., доц., доцент кафедри маркетингу

Члени проектної групи:

Хороших В.В. - завідувач кафедри маркетингу, к.держ.упр., доцент, доцент кафедри маркетингу;

Ляшко І.І. - к.держ.упр., доцент, доцент кафедри маркетингу.

II. Загальна характеристика

Тимчасова освітньо-професійна програма створена за відсутності Стандарту вищої освіти на основі використання положень Закону України «Про вищу освіту».

Рівень вищої освіти	FQ-EHEA – перший цикл, QF-LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень.
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Професійна(і) кваліфікація(ї)	-
Кваліфікація в дипломі	Бакалавр зі спеціальності Маркетинг
Опис предметної області	<p>об'єкт(и) вивчення та/або діяльності: загальноекономічні та професійні знання, вміння та навички для виконання управлінських функцій та типових задач діяльності у сфері маркетингу</p> <p>цілі навчання: підготовка кваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням, фундаментальними знаннями і відповідною системою компетентностей, здатних вирішувати практичні проблеми та спеціалізовані задачі у сфері маркетингової діяльності;</p> <p>теоретичний зміст предметної області:</p> <ul style="list-style-type: none"> - парадигми, закони, закономірності, принципи, історичні передумови розвитку маркетингу; - функції, методи, технології маркетингової діяльності; - прийняття рішень щодо організації маркетингових досліджень, в сфері маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу; <p>методи, методики та технології:</p> <ul style="list-style-type: none"> - загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); - методи реалізації функцій маркетингу (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур управління маркетинговою діяльністю; методи мотивування; методи контролю; методи оцінювання ефективності маркетингової діяльності тощо). - інструментарій обґрунтування управлінських рішень (економічний аналіз, імітаційне моделювання, дерево рішень, економіко-математичне моделювання тощо) та інформаційні технології в маркетинговій діяльності
Академічні права випускників	Бакалавр може продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти
Працевлаштування випускників (для регульованих професій - обов'язково)	Посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та організацією маркетингової діяльності на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово- економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Обсяг освітньої програми бакалавра

на базі повної загальної середньої освіти: 240 кредитів ЄКТС;

на базі молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра) – 180 кредитів ЄКТС.

80-96 % обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.

Прийом на навчання за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного тестування. Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі загальноекономічних та фахових наук.

IV. Перелік компетентностей випускника

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні завдання і практичні проблеми у галузі маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій та характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу ЗК2. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями, застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК3. Здатність до застосовування концептуальних і базових знань, розуміння предметної області і професії маркетолога. ЗК4. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології для пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК5. Здатність працювати в команді, налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань ЗК6. Здатність спілкуватися державною іноземною мовою з професійних питань як усно, так і письмово ЗК7. Здатність до адаптації та дії у новій ситуації, креативності, генерування ідей. ЗК8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. ЗК9. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань. ЗК 10. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності, здатність працювати у міжнародному контексті.

<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p>СК1. Здатність опанувати сутність та зміст теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК2. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації.</p> <p>СК3. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу, обирати та застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК 4.Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення на основі маркетингових технологій.</p> <p>СК5.Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК7. Здатність використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність.</p> <p>СК8.Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері регулювання економічних та соціально-трудоуних відносин.</p> <p>СК9.Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення задач в сфері маркетингу, прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси.</p> <p>СК 10. Здатність застосовувати комп'ютерні технології обробки даних для вирішення завдань в сфері маркетингу, здійснення аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.</p> <p>СК11.Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК12. Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів.</p> <p>СК13. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.</p> <p>СК14. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень.</p> <p>СК15. Здатність пропонувати шляхи вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
---	--

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (Таблиця А.1 Пояснювальної записки).

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РН1. Демонструвати знання термінології, методів і функцій, концепцій маркетингу.

PH 2. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень в сфері маркетингу.

PH 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

PH 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

PH 5. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи, виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.

PH 6. Пояснювати, аналізувати та здійснювати комунікацію у сфері маркетингової діяльності.

PH 7. Використовувати аналітичний та методичний інструментарій для розуміння логіки прийняття господарчих рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

PH 8. Демонструвати здатність грамотно спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами

PH 9. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність.

PH 10. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та між культурності

PH 11. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

PH 12. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

PH 13. Використовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення задач в сфері маркетингу, прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси

PH 14. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

PH 15. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH 16. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH 17. Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним, відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

PH 18. Застосовувати технології маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації

З метою співвіднесення визначених результатів навчання та компетентностей, використовується матриця відповідності результатів навчання та компетентностей, яка наведена у додатках (Таблиця Б.2 Пояснювальної записки).

Обсяг освітньої складової освітньо-професійної програми підготовки бакалавра з маркетингу становить 240 кредитів ЄКТС.

Розподіл змісту освітньої складової програми за циклами дисциплін та критеріями нормативності і вибіркості наведено у табл.1

Таблиця 1

Розподіл змісту освітньої складової за критеріями нормативності та вибіркості

Цикл дисциплін	Загальна кількість кредитів	У тому числі:	
		Нормативна частина, кредитів	вибіркова частина, кредитів*
Загальна підготовка	94	56,5	37,5
Професійна підготовка	145	87,5	57,5
Усього для ступеня бакалавра	240 (100%)	144 (60 %)	95 (40%)* у.т.ч. 25% вільний вибір

Теоретичне навчання здійснюється на основі поєднання лекційних та семінарських (практичних) занять з самостійною роботою. Практична підготовка передбачає проходження різних видів практики.

Формами підсумкового контролю з навчальних дисциплін є екзамени, заліки, диференційовані заліки, які проводяться для оцінювання якості навчання.

Нормативний зміст підготовки за освітньою програмою наведено у табл. 2.

**Нормативний зміст підготовки за освітньою програмою,
компетентності та результати навчання**

Шифр дисципліни	Освітні компоненти	Обсяг кредитів	Компетентності	Результат навчання	Форма контролю
1. Загальна підготовка (ЗП)					
1.1 Нормативні навчальні дисципліни					
ЗН1.001	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	ІК; ЗК6.	РН6; РН8;	екзамен
ЗН1.002	Історія України	3	ІК; ЗК 10	РН10	екзамен
ЗН1.003	Історія української культури	4	ІК; ЗК 10	РН 10	екзамен
ЗН1.004	Іноземна мова	8	ІК; ЗК6; ЗК 10	РН6; РН8; РН 10	залік/ екзамен
ЗН1.005	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	9	ІК; ЗК6.	РН6; РН8;	залік/ екзамен
ЗН1.006	Філософія	3	ІК; ЗК1.	РН1	екзамен
ЗН1.009	Правознавство	3	ІК; ЗК 10	РН10	залік
ЗН1.010	Безпека життєдіяльності	3	ІК; ЗК7	РН3; РН11;	залік
ЗН1.011	Основи охорони праці	3	ІК; ЗК7; ЗК8	РН3; РН 7; РН11; РН15	залік
ЗН1.012	Екологія	3	ІК; ЗК8	РН7; РН 15;	залік
ЗН1.013	Менеджмент	3	ІК; ЗК5; ЗК8	РН5; РН6; РН7; РН 15;	екзамен
ЗН1.007	Загальний курс вищої математики:				
	Модуль 1: Вища математика	3	ІК; ЗК2	РН1	залік
	Модуль 2: Теорія ймовірності та математична статистика	3	ІК; ЗК2	РН1	екзамен
ЗН1.008	Інформатика	6	ІК; ЗК4	РН2;	екзамен
1.2. Дисципліни самостійного вибору закладу вищої освіти					
ЗВ1.003	Психологія	3	ІК; ЗК8	РН7; РН15;	залік
ЗВ1.002	Політична економія	3	ІК; ЗК2	РН1	екзамен
ЗВ1.010	Оптимізаційні методи та моделі	4	ІК; ЗК4; ЗК7	РН2; РН3; РН11;	екзамен
ЗВ1.009	Історія економіки та економічної	6	ІК; ЗК1.	РН1	екзамен

Шифр дисципліни	Освітні компоненти	Обсяг кредитів	Компетентності	Результат навчання	Форма контролю
	думки				
ЗВ1.011	Економетрія	4	ІК; ЗК2	РН1	екзамен
ЗВ1.006	Соціологія	3	ІК; ЗК1; ЗК2; ЗК4	РН1; РН 2;	залік
ЗВ1.012	Культура ділового професійного спілкування	5,5	ІК; ЗК5; ЗК8; ЗК9	РН5; РН6; РН7; РН10; РН15;	залік
1.3. Дисципліни вільного вибору студента					
ЗВ1.015	Національна економіка	4	ІК; ЗК2; ЗК7	РН1; РН3; РН11;	залік
ЗВ1.029	Державне регулювання економіки		ІК; ЗК2; ЗК7	РН1; РН3; РН11;	
ЗВ1.013	Мовна модель сучасного інформаційного простору	5	ІК; ЗК4	РН 2;	залік
ЗВ1.030	Інформаційні системи підприємства		ІК; ЗК4	РН 2;	
1.4. Практична підготовка					
ПП1.01	Навчальна практика «Вступ до фаху»	1,5	ІК; ЗК3;	РН1	Диф.залік/ захист
2. Цикл професійної підготовки					
2.1 Нормативні навчальні дисципліни					
ПН1.037	Мікроекономіка	4	ІК; СК2; СК 4; СК5; СК6; СК8	РН3; РН 4; РН7; РН10; РН12;	екзамен
ПН1.038	Макроекономіка	4	ІК; СК2; СК 4; СК5; СК6; СК8	РН3; РН4; РН7; РН10; РН12;	екзамен
ПН1.004	Статистика	3	ІК; СК9	РН13;	залік
ПН1.006	Бухгалтерський облік	4	ІК; СК6;	РН4;	екзамен
ПН1.007	Гроші і кредит	3	ІК; СК 4	РН4; РН7;	екзамен
ПН1.008 КР1.008	Маркетинг Курсова робота з дисципліни "Маркетинг"	8 1	ІК; СК1; СК3	РН3; РН4;	залік/ екзамен Диф.залік/ захист
ПН1.009	Фінанси	4	ІК; СК 4	РН4; РН7;	екзамен
ПН1.010	Економіка підприємства	4	ІК; СК6;	РН4;	екзамен

Шифр дисципліни	Освітні компоненти	Обсяг кредитів	Компетентності	Результат навчання	Форма контролю
ПН1.011	Економіка праці й соціально-трудоші відносини	4	ІК; СК8	РН10; РН12;	екзамен
ПН1.049	Поведінка споживача	4,5	ІК; СК13	РН17	екзамен
ПН1.050	Логістика	4	ІК; СК6;	РН4;	залік
ПН1.051	Маркетингова товарна політика	4	ІК; СК15	РН17; РН18	екзамен
ПН1.052	Маркетинг промислового підприємства	4	ІК; СК1; СК2; СК3; СК15	РН3; РН4; РН17; РН18	екзамен
ПН1.053	Маркетингове ціноутворення	4	ІК; СК1; СК2; СК3; СК15	РН3; РН4; РН17; РН18	екзамен
ПН1.054	Маркетинг послуг	4	ІК; СК1; СК2; СК3; СК15	РН3; РН4; РН17; РН18	екзамен
ПН1.055	Маркетингові дослідження	5	ІК; СК5.	РН4;	екзамен
ПН1.056	Маркетингові комунікації	4	ІК; СК1; СК2; СК3; СК15	РН3; РН 4; РН17; РН18	екзамен
2.2. Дисципліни самостійного вибору закладу вищої освіти					
ПВ1.138	Товарознавство	3,5	ІК;	РН17; РН18	екзамен
ПВ1.015	Міжнародна безпека	3	ІК; СК12	РН11; РН12; РН16;	залік
2.3. Дисципліни вільного вибору студента					
ПВ1.121	Економічний аналіз	4	ІК; СК1; СК2; СК3; СК 4; СК5; СК6; СК9; СК15	РН 3; РН4; РН7; РН13; РН17; РН18	залік
ПВ1.003	Аудит		ІК; СК1; СК2; СК3; СК 4; СК5; СК6; СК15	РН3; РН4; РН7; РН17; РН18	
ПВ1.031	Господарське законодавство	4	ІК; СК7.	РН9;	залік
ПВ1.139	Господарське право		ІК; СК7.	РН9;	
ПВ1.140	Технологія продаж	3,5	ІК; СК15	РН17; РН18	залік
ПВ1.141	Мерчандайзинг		ІК; СК15	РН17; РН18	
ПВ1.124	Паблік рилейшнз	3	ІК; СК2; СК3; СК15	РН3; РН4; РН17; РН18	залік
ПВ1.142	Event - маркетинг		ІК; СК2; СК3; СК15	РН 3; РН4; РН17; РН18	
ПВ1.143	Контроль витрат та ефективність використання ресурсів	4	ІК; СК1; СК2; СК3; СК 4; СК5; СК6;	РН3; РН4; РН 7	екзамен

Шифр дисципліни	Освітні компоненти	Обсяг кредитів	Компетентності	Результат навчання	Форма контролю
ПВ1.144	Управління витратами підприємства		ІК; СК1; СК2; СК3; СК 4; СК5; СК6; СК9; СК15	РН3; РН4; РН 7; РН13; РН17; РН18	
ПВ1.145	Економіко-математичні методи в маркетингу	3	ІК; СК5; СК9	РН4; РН13;	залік
ПВ1.146	Економіко-математичне моделювання в маркетингових дослідженнях		ІК; СК5; СК9	РН4; РН13;	
ПВ1.147	Прийняття управлінських рішень у маркетингу	4	ІК; СК2; РН4; РН7; СК6; СК 10; СК11	РН 3; РН4; РН7; РН14;	екзамен
ПВ1.148	Управління ризиками в маркетингу		ІК; СК3; РН4; РН7;	РН4; РН7;	
ПВ1.149	Інфраструктура товарного ринку	3	ІК; СК12	РН11; РН12; РН16	залік
ПВ1.150	Ринкознавство		ІК;СК12		
ПВ1.151	Інформаційні системи в маркетинговій діяльності	3	ІК; СК11	РН14;	залік
ПВ1.152	Маркетинговий аудит		ІК; СК 10; СК15	РН14; РН17; РН18	
ПВ1.153	Маркетинг закупівель	4	ІК; СК1; СК; СК3; СК15	РН 3; РН4; РН17; РН18	залік
ПВ1.154	Маркетинг вторинних ресурсів		ІК; СК1; СК2; СК3; СК15	РН 3; РН 4 РН17; РН18	
ПВ1.155	Маркетинговий тренінг	3	ІК; СК2; СК3; СК4; СК6; СК15	РН3; РН4; РН7; РН17; РН18	залік
ПВ1.156	Маркетинг інновацій та технологій		ІК; СК2; СК3; СК15	РН3; РН4; РН17; РН18	
ПВ1.157	Міжнародна економіка	4,5	ІК; СК12	РН11; РН12; РН16;	екзамен
ПВ1.158	Міжнародні економічні відносини		ІК; СК12	РН11; РН12; РН16;	
ПВ1.029	Комп'ютерний практикум (за професійним спрямуванням)	5	ІК; ЗК4; СК9; СК 10; СК11	РН.2; РН13; РН14;	залік
ПВ1.160	Економічна інформатика		ІК; СК9; СК 10; СК11	РН13; РН14;	

Шифр дисципліни	Освітні компоненти	Обсяг кредитів	Компетентності	Результат навчання	Форма контролю
ПВ1.161	Міжнародний маркетинг	3	ІК; СК1; СК2; СК3	РН3; РН4;	залік
ПВ1.162	Банківський маркетинг		ІК; СК1; СК2; СК3; СК15	РН3; РН4; РН17; РН18	
2.4. Практична підготовка					
ПП1.02	Економічна	3	ІК; СК 4; СК14; СК15	РН4; РН7; РН12; РН17; РН18	Диф.залік/захист
ПП1.02	Економічна	4,5	ІК; СК 4; СК14; СК15	РН4; РН7; РН12; РН17; РН18	Диф.залік/захист
ПП1.03	Виробнича	4,5	ІК; СК4; СК14; СК15	РН4; РН7; РН12; РН17; РН18	Диф.залік/захист
Державна атестація					
	Публічний захист кваліфікаційної роботи	3	ІК; СК14	РН12; РН18	захист
Всього кредитів		240			

Опис нормативних та вибірових навчальних дисциплін наведено в Додатках В, Г.

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми здобувачів освіти	атестації вищої	<p>Випускна атестація проводиться на основі оцінювання результатів навчання та рівня сформованості компетентностей, зазначених у розділі IV-V ОПП.</p> <p>Атестація здійснюється у формі державного екзамену з фаху та/або публічного захисту кваліфікаційної роботи</p>
Вимоги кваліфікаційної роботи	до	<p>Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється Екзаменаційною комісією (ЕК), до складу якої входять викладачі випускаючої та профільних кафедр, провідні фахівці виробництва, наукових установ. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Кваліфікаційна робота допускається до захисту перед ЕК за умови її унікальності (оригінальності). Згідно Закону України «Про вищу освіту» вищий навчальний заклад зобов'язаний вживати заходів, у тому числі шляхом запровадження відповідних новітніх технологій, щодо запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових роботах здобувачів вищої освіти. Для реалізації вказаних положень студент-автор кваліфікаційної роботи додає до друкованого варіанту пояснювальної записки CD з електронним варіантом у форматі PDF.</p> <p>Вимоги до кваліфікаційної роботи: вона готується самостійно студентом на завершальному етапі навчання за</p>

	<p>освітнім ступенем «бакалавр». Вона є закінченою науково-дослідницькою роботою з актуальної проблеми маркетингу, яка повинна містити глибоке теоретичне дослідження, містити обґрунтовані рекомендації щодо удосконалення теоретичних питань та завдань практичного характеру на основі новітніх підходів, методів.</p> <p>Це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації бакалавра для встановлення відповідності отриманих здобувачами освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти.</p> <p>Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ДЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його знань та вмінь, готовність до роботи за фахом відповідно до узагальненого об'єкта діяльності і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома.</p>
<p>Вимоги до атестаційного/єдиного державного кваліфікаційного екзамену (екзаменів) (за наявності)</p>	<p>Атестаційний екзамен за спеціальністю повинен забезпечити оцінювання результатів навчання та рівня сформованості спеціальних компетентностей, зазначених у розділах IV-V ОПП. Екзамен з фаху бакалаврів, який базується на застосуванні знань професійно-орієнтованих дисциплін, передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - підготовку бакалаврів з маркетингу, які б відповідали сучасним вимогам управління та організації бізнесу на підприємствах всіх форм власності; - розробку оптимальної моделі підготовки бакалавра через зв'язки з виробництвом та вивчення потреб регіону у фахівцях вище зазначеного профілю. <p>Атестація якості підготовки бакалавра за фахом «Маркетинг» щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої підготовки вимогам Освітньої програми здійснюється після виконання студентами у повному обсязі навчального плану ЕК вищого навчального закладу з даного фаху. 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 ЕК. Відповідальність за якість освітньої та професійної підготовки випускників вищих навчальних закладів встановлюється згідно з чинним законодавством.</p>
<p>Вимоги до публічного захисту (демонстрації)</p>	<p>До захисту кваліфікаційної роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли всі види практик та захистили відповідний звіт, у встановлений термін пройшли нормаконтроль. Студент захищає кваліфікаційну роботу перед ДЕК, яка затверджена наказом ректора університету, публічно. Процедура захисту включає: – оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; – виступ студента; – запитання до автора роботи; – відповіді студента; – обговорення на засіданні ЕК результатів захисту робіт; – рішення ЕК про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації. Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій, студенту доцільно</p>

	підготувати наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації для використання мультимедійної техніки
--	--

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

Принципи та процедури забезпечення якості освіти	<p>Принципи забезпечення якості освіти відповідності європейським та національним стандартам якості вищої освіти; автономії вищого навчального закладу, який несе відповідальність за забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; процесного підходу; здійснення моніторингу якості; системного підходу, який передбачає управління якістю на всіх стадіях освітнього процесу; постійного підвищення якості; залучення студентів, роботодавців та інших зацікавлених сторін до процесу забезпечення якості; відкритості інформації на всіх етапах забезпечення якості.</p> <p>Процедурами забезпечення якості освіти є: здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб; 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; розвиток інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління освітнім процесом; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти; участь університету в національних та міжнародних рейтингових дослідженнях вищих навчальних закладів.</p>
Моніторинг та	Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою

<p>періодичний перегляд освітніх програм</p>	<p>забезпечення їх відповідності потребам студентів і ринку праці. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Критерії, за якими відбувається перегляд освітніх програм, формулюються як у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, студентами, випускниками і роботодавцями, так і внаслідок прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства.</p> <p>Показники: рівень оновлюваності освітніх програм, рівень участі роботодавців у розробці та внесенні змін, рівень задоволеності студентів (випускників), індекс працевлаштування випускників, міжнародна сертифікація освітніх програм, участь у міжнародних програмах підготовки, рейтинг за оцінками роботодавців.</p>
<p>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти включає:</p> <p>забезпечення діагностичного та всіх видів контролю: система оцінювання знань студентів включає поточний, підсумковий, семестровий контроль, ректорський контроль знань та атестацію здобувачів вищої освіти;</p> <p>критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь;</p> <p>оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур; після кожної сесії визначаються та оприлюднюються рейтинги студентів за успішністю;</p> <p>наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти;</p> <p>для врахування думки студентів щодо якості та об'єктивності системи оцінювання проводяться щорічні соціологічні опитування студентів і випускників, а також студентський моніторинг якості освітнього процесу.</p>
<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</p>	<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників здійснюється у відповідності до діючої нормативної бази. У зв'язку з цим забезпечується: обов'язкове періодичне проходження стажування і підвищення кваліфікації; впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації; оцінювання науково-педагогічних працівників шляхом визначення їхніх рейтингів; моніторинг якості освіти й оцінювання роботи науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників на основі соціологічних опитувань студентів і випускників.</p>
<p>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</p>	<p>Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.</p> <p>Оцінювання рівня забезпечення ресурсами освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом соціологічних опитувань студентів та студентського моніторингу освітнього процесу, проведення щорічного аналізу відповідними структурами.</p>

<p>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</p>	<p>З метою управління освітніми процесами розроблено відповідну політику в сфері інформаційного забезпечення, спрямовану на ефективне управління освітнім процесом на основі інформаційних систем. Це передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом. А саме: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організацію навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості та ефективності роботи науково-педагогічних працівників тощо</p>
<p>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</p>	<p>Публічність інформації передбачає регулярне оприлюднення найсвіжішої, неупередженої й об'єктивної інформації – як кількісної, так і якісної – щодо пропонованих програм підготовки, очікуваних результатів, кваліфікацій, процедур викладання, навчання та оцінювання результатів тощо.</p> <p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, інформація стосовно діяльності ВНЗ та спеціальності 075 Маркетинг публікується на офіційному сайті ДонДУУ. А саме: інформація та документи пов'язані з організацією освітнього процесу ; інформація для вступників; інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.</p>
<p>Запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти</p>	<p>Система забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату, сформована у ДонДУУ, включає наступне: дотримання норм законодавства про авторське право; створення умов, що унеможливають академічний плагіат; посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей; самостійне виконання індивідуальних завдань; формування системи заходів щодо виявлення академічного плагіату в наукових статтях, монографіях, дисертаціях, підручниках, навчальних виданнях; притягнення до відповідальності за академічний плагіат.</p>

ІХ. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти

Пояснювальна записка

Профіль програми: програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання. Робиться акцент на здатності здійснювати на первинних посадах переважно стереотипні, частково діагностичні завдання, за усталеними алгоритмами робити економічні розрахунки, збирати, систематизувати, нагромаджувати первинну інформацію як для виконання закріплених посадових обов'язків, так і для потреб структурного підрозділу, де працює фахівець.

Ключові результати навчання: здатність вирішувати завдання, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та організацією маркетингової діяльності на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.

Професійні профілі випускників:

Бакалавр зі спеціальності 075 «Маркетинг» підготовлений до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності за «Національним класифікатором України: Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009-2010», затвердженим наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 22.11.10 № 530:

- **Оптова торгівля: G.46.1-46.9.**
- **Роздрібна торгівля: G.47.1-47.9.**
- **Фінансова та страхова діяльність: K.64.1** – Грошове посередництво; **K. 64.20** – Діяльність холдингових компаній; **K.64.9** – Надання інших фінансових послуг, крім страхування та пенсійного забезпечення **K.65.1** – Страхування; **K.66.3** – Управління фондами.
- **Операції з нерухомим майном: L.68.3** – операції з нерухомим майном за винагороду або на основі контракту
- **Професійна, наукова та технічна діяльність: M. 70** – Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування; **M. 70.2** – Консультування з питань керування (**M.70.21** – Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю; **M.70.22** – Консультування з питань комерційної діяльності й керування); **M.73.20.0** – Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки ринку (вивчення потенційних можливостей збуту товарів, їх попиту споживачів з метою поліпшення збуту та розроблень нових видів продукції, вивчення громадської думки щодо політичних, економічних та суспільних питань, а також статистичний аналіз результатів); **M.73.1** – Рекламна діяльність;
- **Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування: N. 79.1** – Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів; **N. 82.30** – Організування конгресів і торговельних виставок; **N. 82.9** – Надання допоміжних комерційних послуг.
- **Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування: O.84.11** – Державне управління загального характеру; **O.84.13** – Регулювання та сприяння ефективному веденню економічної діяльності;
- **Надання інших видів послуг: S.94.11** – Діяльність організацій промисловців і підприємців.

Бакалавр з маркетингу здатний виконувати професійні роботи й обіймати первинні посади, перелік яких наведено за «Державним класифікатором професій ДК 003-2010»:

Код і назва професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
3119. Інші технічні фахівці в галузі фізичних наук та техніки	Технік з планування Технік зі стандартизації
3411. Дилери (біржові торговці за свій рахунок) та брокери (посередники) із заставних та фінансових операцій	Брокер Дилер Маклер біржовий Фахівець з біржових операцій Фахівець-організатор торгівлі на ринку цінних паперів
3413. Агенти з торгівлі майном	Агент з нерухомості Торговець (власність) Торговець нерухомістю
3415. Технічні та торговельні представники	Агент Агент комерційний. Агент роз'їздний. Агент технічний Комівояжер Мерчендайзер Представник торговельний Торговець комерційний Торговець роз'їздний Торговець промисловий Торговець технічний
3416. Закупники	Закупник
3419. Інші фахівці в галузі фінансів та торгівлі	Організатор з постачання Організатор із збуту Товарознавець. Інспектор торговельний Інспектор-товарознавець
3421. Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів	Торговельний брокер (маклер)
3422. Агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції	Експедитор Агент з митного оформлення вантажів та товарів
3429. Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери	Агент рекламний. Представник з реклами Ревізор комерційний Торговець (обслуговуванні бізнесу та реклами)
3435.1. Організатори діловодства (державні установи)	Організатори діловодства (державні установи)
3435.2. Організатори діловодства (види економічної діяльності)	Організатор діловодства (види економічної діяльності)
3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій	Помічник керівника підприємства (установи, організації)

3436.2 Помічник керівника виробничого підрозділу	Помічник керівника іншого основного підрозділу
3436.3. Помічники керівників малих підприємств без апарату управління	Помічник керівника малого підприємства без апарату управління

Перелік використаних джерел

1. ESG – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
2. ISCED (МСКО) 2011 – <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.
3. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.
4. 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/>.
5. Закон «Про вищу освіту» - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
6. 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>.
7. Наказ МОН України «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 06. 11. 2015 № 1151. - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>.
8. Національний глосарій 2014 – http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf.
9. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // Видавництво «Соцінформ», – К.: 2010.
10. НРК - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-n>.
11. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації – http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempusoffice.pdf.

Додаток А
Таблиця А.1

**Матриця відповідності визначених освітньо-професійною
програмою компетентностей дескрипторам НРК**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
ЗК1	+	+		
ЗК2	+	+		
ЗК3	+			
ЗК4		+	+	
ЗК5		+	+	+
ЗК6		+	+	
ЗК7		+		+
ЗК8			+	
ЗК9				+
ЗК10		+		
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
СК1	+			
СК2	+			
СК3	+	+		
СК4		+		
СК5		+		
СК6		+		
СК7		+		
СК8		+	+	
СК9		+		+
СК10		+		+
СК11		+		+
СК12		+		
СК13		+	+	
СК14		+		+
СК15		+		+

Матриця відповідності визначених Стандартом
результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Інтегральна компе- тентність	Компетентності																								
		Загальні компетентності										Спеціальні (фахові, предметні) компетентності														
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	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
PH1	+	+	+	+																						
PH2	+				+																					
PH3	+							+				+	+													
PH4	+													+	+	+	+									
PH5	+					+																				
PH6	+					+	+																			
PH7	+			+					+								+									
PH8	+						+																			
PH9	+																		+							
PH10	+									+	+									+						
PH11	+							+															+			
PH12	+																		+				+		+	
PH13	+																			+						
PH14	+																				+	+				
PH15	+								+																	
PH16	+																						+			
PH17	+																							+		+
PH18	+																								+	+