

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДонНУЕТ

Протокол № 16 від “20” 06 2019 р.

В. о. ректора ДонНУЕТ



Чернега

О.Б. Чернега

набуває чинності згідно з наказом ректора

№ 97 від “25” 06 2019 р.

Освітня програма вводиться в дію

з 01.09.2018

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

Кривий Ріг

Розроблено проектною групою у складі:

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

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація

Кваліфікація

бакалавр з маркетингу

Тип диплома

одиничний

Обсяг програми

240 кредитів ЄКТС

Нормативний термін навчання

3р. 10 м.

Рівень

бакалавр (перший цикл вищої освіти)

Передумови

Наявність повної загальної середньої освіти

Мова викладання

українська

2- Мета освітньої програми

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

3- Характеристика освітньої програми

Характеристика програми (програмні області, які формують основу програми)

Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки, дисципліни загально-економічної підготовки, іноземна мова, дисципліни професійної підготовки (10:12:4:74)

Основний фокус освітньої програми

Загальна

Орієнтація освітньої програми

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

Особливості програми

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

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Здатність до працевлаштування (потенційні галузі/сфери працевлаштування випускників)

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

Подальше навчання

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

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання

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

Оцінювання

Екзамени, заліки, захисти практик, атестаційний екзамен

6- Програмні компетентності

№	Компетентності
Загальні компетентності (ЗК)	
1	Аналіз та синтез. Здатність до аналізу та синтезу з використанням логічних аргументів та перевірених фактів
2	Гнучкість мислення. Набуття гнучкості мислення, відкритого для застосування набутих економічних знань для вирішення стратегічних та поточних завдань розвитку маркетингової діяльності підприємства
3	Робота в команді. Здатність виконувати роботу у команді, зокрема здатність взаємодії із колегами та виконання обов'язкової роботи в установлені терміни
4	Професійне володіння методами та засобами. Здатність відтворювати знання, методи, навички та продукувати на їх базі власні пропозиції з метою здійснення управління маркетинговою діяльністю підприємства
5	Навички оцінювання, прогнозування, надання пропозицій. Здатність оцінювати конкретну підприємницьку ситуацію з використанням відповідних інструментів та технологій для аналізу бізнес-середовища, а також здійснювати прогнозування маркетингових показників та спроможність на базі їх значень обирати подальший сценарій розвитку діяльності підприємства
6	Ерудиція у сфері управління підприємством. Здатність до прийняття обґрунтованих рішень на підприємстві за результатами здійснення оперативного, тактичного, стратегічного планування, управління підприємством на базі впровадження відповідної концепції маркетингу та використання адаптивних маркетингових методів та інструментів, бенчмаркінгу, розробки та реалізації стратегії підприємства
Фахові компетенції (ФК)	
1	Глибокі знання та розуміння. Здатність аналізувати кон'юнктуру ринку, визначати закономірності та тенденції його розвитку, розуміти та пояснювати вплив факторів маркетингового середовища на діяльність підприємства
2	Креативність. Здатність генерувати інноваційні ідеї, що дозволяють ефективно здійснювати маркетингову діяльність підприємства, а також вміння аналітичної, експериментальної та асоціативної творчої роботи
3	Розвинуті комунікаційні навички. Здатність до ефективних комунікацій та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та/або письмово із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та відповідною діловою мовою, у тому числі іноземною. Здатність до комунікаційної взаємодії у господарській діяльності підприємства
4	Знання методів отримання, обробки та аналізу маркетингової інформації. Здатність обирати релевантні методи отримання маркетингової інформації та способи її обробки з застосуванням математичних й економетричних методів та моделей, а також здатність сформулювати аналітичний звіт за результатами діагностування масиву даних.
5	Знання з комп'ютерної обробки масиву даних. Здатність використовувати програмне забезпечення (програмні пакети), володіння інформаційними та комп'ютерними основами для проведення маркетингових досліджень та обробки отриманих результатів
6	Застосування спеціальних знань. Здатність використовувати набуті знання, уміння і навички на практиці в умовах швидкої адаптації підприємств до зовнішнього середовища

7- Програмні результати навчання

1. Базові знання і розуміння менеджменту, політичної економії, економіки підприємства, економетрики, інформатики та інформаційних технологій, що формують основи професійної підготовки.

2. Здатність продемонструвати знання і розуміння процесів планування, управління та контролю маркетинговою діяльністю підприємства, а саме – маркетингу, логістики, управління персоналом, маркетингу послуг, маркетингового ціноутворення та захисту прав споживачів, що дозволяє здійснювати практичну діяльність у сфері маркетингу.

3. Здатність продемонструвати знання та розуміння основ макроекономіки, мікроекономіки, статистики, бухгалтерського обліку, міжнародної економіки, фінансів. Рівень знань цих дисциплін повинен бути базовим, тобто рівнем, необхідним для роботи у потенційних галузях/сферах працевлаштування фахівців з маркетингу.

4. Базові знання і розуміння специфіки поведінки споживачів, паблік рилейшнз, маркетингової товарної політики, маркетингових досліджень, маркетингових комунікацій з метою освоєння майбутньої спеціалізації і міждисциплінарних підходів.

5. Здатність продемонструвати знання і розуміння в гуманітарній підготовці (історія української державності та культури, філософія, соціологія та політологія), з метою системного формування світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, загальнокультурної підготовки.

6. Здатність використовувати сучасні технічні засоби, інформаційно-комунікаційні технології, прикладне програмне забезпечення у професійній діяльності.

8- Модуляризація програми

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

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

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

Перелік компонентів ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
I. Цикл загальної підготовки			
ОЗП1	Історія української державності та культури	5	залік
ОЗП2	Філософія	4	екзамен
ОЗП3	Політична економія	5	екзамен
ОЗП4	Вища математика	6	екзамен
ОЗП5	Іноземна мова	10	2 екзамени
ОЗП6	Інформатика та інформаційні технології	5	екзамен
ОЗП7	Ділова українська мова	5	екзамен
ОЗП8	Соціологія та політологія	5	екзамен

ОЗП9	Макроекономіка	5	екзамен
ОЗП10	Мікроекономіка	5	екзамен
ОЗП11	Математика для економістів: Теорія ймовірності і математична статистика	5	екзамен
ОЗП12	Економіко-математичні методи та моделі: економетрика	5	екзамен
ОЗП13	Практикум з іноземної мови	10	екзамен
II. Цикл професійної підготовки			
ОПП1	Статистика	5	екзамен
ОПП2	Організація торгівлі	6	залік
ОПП3	Фінанси, гроші та кредит	5	залік
ОПП4	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОПП5	Економіка підприємства	5	екзамен
ОПП6	Бухгалтерський облік	5	екзамен
ОПП7	Менеджмент	5	екзамен
ОПП8	Маркетинг	10	екзамен
ОПП9	Маркетинг послуг	6	екзамен
ОПП10	Паблік рилейшинз	5	залік
ОПП11	Поведінка споживачів	3	екзамен
ОПП12	Маркетингова професійна практика	3	залік
ОПП13	Управління персоналом	5	екзамен
ОПП14	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОПП15	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОПП16	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОПП17	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОПП18	WEB-проекування	4	екзамен
ОПП19	Організаційно-правове забезпечення підприємницької діяльності	6,5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		170,5	
Вибіркові компоненти ОП			
I. Цикл загальної підготовки			
ВЗП1	Психологія	5	залік
ВЗП2	Риторика		
ВЗП3	Основи наукових досліджень	5	залік
ВЗП4	Галузева економіка		
ВЗП5	Господарське право	4	залік
ВЗП6	Підприємницьке право		
ВЗП7	Трудове право	4	залік
ВЗП8	Адміністративне право		
ВЗП9	Цивілізаційні трансформації сучасності	4	залік
ВЗП10	Філософія економіки		
II. Цикл професійної підготовки			
ВПП1	Інфраструктура товарного ринку	5	екзамен
ВПП2	Логістична інфраструктура		
ВПП3	Електронний маркетинг	6	залік
ВПП4	Комп'ютерний дизайн маркетингу		
ВПП5	Академічне письмо	5	залік
ВПП6	Організація проведення ділових переговорів		
ВПП7	Управління організаційною поведінкою	4	екзамен

ВПП8	Самоменеджмент		
ВПП9	Мерчандайзинг	4	екзамен
ВПП10	Управління лояльністю споживачів		
ВПП11	Економічна безпека	5	залік
ВПП12	Технологія ділових комунікацій		
ВПП13	Логістика	5	залік
ВПП14	Психологія управління		
ВПП15	Збутова діяльність	5	залік
ВПП16	Логістика розподілу		
ВПП17	Рекламний менеджмент	3	залік
ВПП18	Транспортна логістика		
ВПП19	Економічна та політична конфліктологія	4	залік
ВПП20	Політичні комунікації		
Загальний обсяг вибірових компонентів		68,0	
Атестація			
Атестаційний екзамен		1,5	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

III. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

V. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Обов'язкові дисципліни

	ОЗП1	ОЗП2	ОЗП3	ОЗП4	ОЗП5	ОЗП6	ОЗП7	ОЗП8	ОЗП9	ОЗП10	ОЗП11	ОЗП12	ОЗП13	ОПП1	ОПП2	ОПП3	ОПП4	ОПП5	ОПП6	ОПП7	ОПП8	ОПП9	ОПП10	ОПП11	ОПП12	ОПП13	ОПП14	ОПП15	ОПП16	ОПП17	ОПП18	ОПП19
ПРН1			*			*					*	*						*			*										*	*
ПРН2														*							*	*					*			*		
ПРН3									*	*				*	*	*	*		*												*	*
ПРН4																	*	*				*	*				*	*	*	*	*	*
ПРН5	*	*					*										*													*	*	
ПРН6						*						*		*									*				*					*

