

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

УХВАЛЕНО
Рішенням вченої ради
Харківського національного
економічного університету імені
Семена Кузнеця
від 31.05.2021 р. протокол № 4



ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 31.05.2021 р. № 134

Володимир ПОНОМАРЕНКО

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

| | |
|-----------------------------|---|
| РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ | Перший (бакалаврський) |
| СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ | Бакалавр |
| ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ | 07 Управління та адміністрування |
| СПЕЦІАЛЬНІСТЬ | 075 Маркетинг |

Харків, 2021

ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи:

1. Притиченко Тамара Іванівна, гарант освітньої програми, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу.

2. Бойко Наталія Олександрівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

3. Дагли Ірина Ігорівна, викладач кафедри маркетингу, кандидат економічних наук

3. Рожко Віктор Іванович, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

4. Куценко Анастасія Ігорівна, здобувач вищої освіти.

5. Жилін Сергій Вікторович - заступник директора по роботі з малим та середнім бізнесом відділення «Харківська міжрегіональна дирекція» ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол №15, від 24.05.2021р.

Розглянуто вченою радою факультету менеджменту і маркетингу, протокол №6, від 28.05.2021 р.

Оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010
2. Стандарту вищої освіти (Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки від 05.12.2018 р. № 1343).
3. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.
4. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
5. Пропозицій роботодавців.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

| | |
|--|--|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) рівень |
| Ступінь вищої освіти | Бакалавр |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Спеціалізація | - |
| Освітня програма (українською та англійською мовами) | Маркетинг (Marketing) |
| Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання | 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 не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). |
| Наявність акредитації | - |
| Мова(и) навчання / оцінювання | українська |
| Структурний підрозділ відповідальний за ОП | кафедра маркетингу |
| Вимоги до зарахування | Набір на спеціальність освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного тестування. Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та прагнення оволодіти знаннями у сфері маркетингу. Правила прийому до ХНЕУ ім. С. Кузнеця в 2021 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.hneu.edu.ua/wpcontent/uploads/2021/02/Pravyla-pryjomu-do-HNEU-2021.pdf |
| Обмеження щодо форм навчання | Без обмежень |
| Освітня кваліфікація | Бакалавр з маркетингу |
| Кваліфікація(-ї) професійна(-і) | Не надається |
| Кваліфікація в дипломі | Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг |
| Мета освітньої програми | Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності. |
| Фокус та особливості (унікальність) програми | Програма спрямована на надання поглиблених знань у сфері маркетингу та формування у здобувачів критичного мислення, креативності та підприємницької ініціативності, вміння використовувати сучасний інструментарій маркетингової діяльності у відносинах з бізнес середовищем. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетинговий менеджмент, маркетингова політика, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, маркетингові комунікації, маркетингові рішення. Особливістю програми є підготовка фахівців здатних здійснювати дослідницьку та практичну діяльність у сфері прикладного маркетингу. |

| | |
|-------------------------------------|---|
| Опис предметної області | <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: 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>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> |
| Академічна мобільність | - |
| Академічні права | Можливість здобуття освіти за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих. |
| Професійні права | За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом 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; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня |
| Працевлаштування випускників | <p>Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме:</p> <p>70. Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування</p> <p>70.1. Діяльність головних управлінь (хед-офісів)</p> <p>70.10. Діяльність головних управлінь (хед-офісів)</p> <p>70.2. Консультування з питань керування</p> <p>70.21. Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю</p> <p>70.22. Консультування з питань комерційної діяльності й керування</p> <p>73. Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку</p> <p>73.1. Рекламна діяльність</p> <p>73.11. Рекламні агентства</p> <p>73.12. Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації</p> <p>73.2. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки</p> <p>73.20. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки</p> |

II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

| Вид компетентності | Зміст 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. |
| 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. ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних 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> |
| Спеціальні (фахові, предметні) компетентності | <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 інноваційної 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> |
|--|---|

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

III – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності,

встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

PH15. 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.

PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

PH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

PH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

| № | Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кредити ЄКТС | Структура, % |
|------------------------------------|--|--------------|--------------|
| ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ | | | |
| 1 | <i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | 23 | 10% |
| 2 | <i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | 35 | 15% |
| ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ | | | |
| 3 | <i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | 157 | 65% |
| 4 | <i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | 25 | 10% |
| | ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ : | 240 | 100% |
| | <i>в тому числі: вибіркова складова</i> | 60 | 25% |

| Код ОК | Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кредити ЄКТС | Форми підсумкового контролю |
|---------------------------------------|--|--------------|-----------------------------------|
| ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ | | | |
| <i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | | | |
| ОК 1 | УКРАЇНСЬКА МОВА (за професійним спрямуванням) | 3 | Залік |
| ОК 2 | ІНОЗЕМНА МОВА (за професійним спрямуванням) | 9 | Залік, Екзамен |
| ОК 3 | ФІЛОСОФІЯ | 5 | Екзамен |
| ОК 4 | СОЦІАЛЬНА ТА ЕКОНОМІЧНА ІСТОРІЯ УКРАЇНИ | 4 | Залік |
| ОК 5 | ТРЕНІНГ-КУРС «Безпека життєдіяльності та охорона праці» | 2 | Залік |
| <i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | | | |
| ВК 1 | НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ТЕХНОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ | 5 | Залік |
| ВК 2 | НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ | 5 | Залік |
| ВК 3 | НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ПРАВОВОГО СПРЯМУВАННЯ | 5 | Залік |
| ВК 4 | МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР | 5 | Залік |
| ВК 5 | МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР | 5 | Залік |
| ВК 6 | МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР | 5 | Залік |
| ВК 7 | МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР | 5 | Залік |
| ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ | | | |
| <i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | | | |
| ОК 6 | ВИЩА МАТЕМАТИКА | 5 | Екзамен |
| ОК 7 | ІНФОРМАТИКА | 5 | Залік |
| ОК 8 | ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ | 5 | Екзамен |
| ОК 9 | ВСТУП ДО ФАХУ | 3 | Залік |
| ОК 10 | ТЕОРІЯ ЙМОВІРНОСТЕЙ ТА МАТЕМАТИЧНА СТАТИСТИКА | 5 | Екзамен |
| ОК 11 | СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ | 4 | Залік |

| | | | |
|-------------------------------------|--|-----------|------------------------|
| ОК 12 | МАКРО- І МІКРОЕКОНОМІКА | 5 | Екзамен |
| ОК 13 | ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ І МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ | 5 | Екзамен |
| ОК 14 | МЕНЕДЖМЕНТ | 5 | Екзамен |
| ОК 15 | ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА | 5 | Екзамен |
| ОК 16 | МАРКЕТИНГ | 10 | Залік, Екзамен |
| ОК 17 | ЕКОНОМЕТРИКА | 5 | Екзамен |
| ОК 18 | КУРСОВА РОБОТА: МАРКЕТИНГ | 1 | Курсова робота |
| ОК 19 | ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА | 5 | Екзамен |
| ОК 20 | БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК | 4 | Залік |
| ОК 21 | СТАТИСТИКА | 5 | Екзамен |
| ОК 22 | ФІНАНСИ | 5 | Залік |
| ОК 23 | МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ | 5 | Екзамен |
| ОК 24 | МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ | 5 | Залік |
| ОК 25 | ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА | 3 | ЗВІТ |
| ОК 26 | МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ | 4 | Залік |
| ОК 27 | МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА | 4 | Екзамен |
| ОК 28 | МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ | 4 | Залік |
| ОК 29 | МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА | 5 | Екзамен |
| ОК 30 | КУРСОВА РОБОТА: МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА | 1 | Курсова робота |
| ОК 31 | МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ | 5 | Екзамен |
| ОК 32 | СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ | 5 | Екзамен |
| ОК 33 | ІНОЗЕМНА МОВА АКАДЕМІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ | 4 | Залік |
| ОК 34 | КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ | 3 | ЗВІТ |
| ОК 35 | НАУКОВО-ДОСЛІДНА ПРАКТИКА | 5 | ЗВІТ |
| ОК 36 | ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА | 9 | ЗВІТ |
| ОК 37 | ДИПЛОМНА РОБОТА | 13 | Дипломна робота |
| <i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i> | | | |
| ВК 8 | МЕЙДЖОР 1 | 5 | Екзамен |

| | | | |
|--------------|-----------|---|----------------|
| ВК 9 | МЕЙДЖОР 2 | 5 | Екзамен |
| ВК 10 | МЕЙДЖОР 3 | 5 | Екзамен |
| ВК 11 | МЕЙДЖОР 4 | 5 | Екзамен |
| ВК 12 | МЕЙДЖОР 5 | 5 | Екзамен |

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

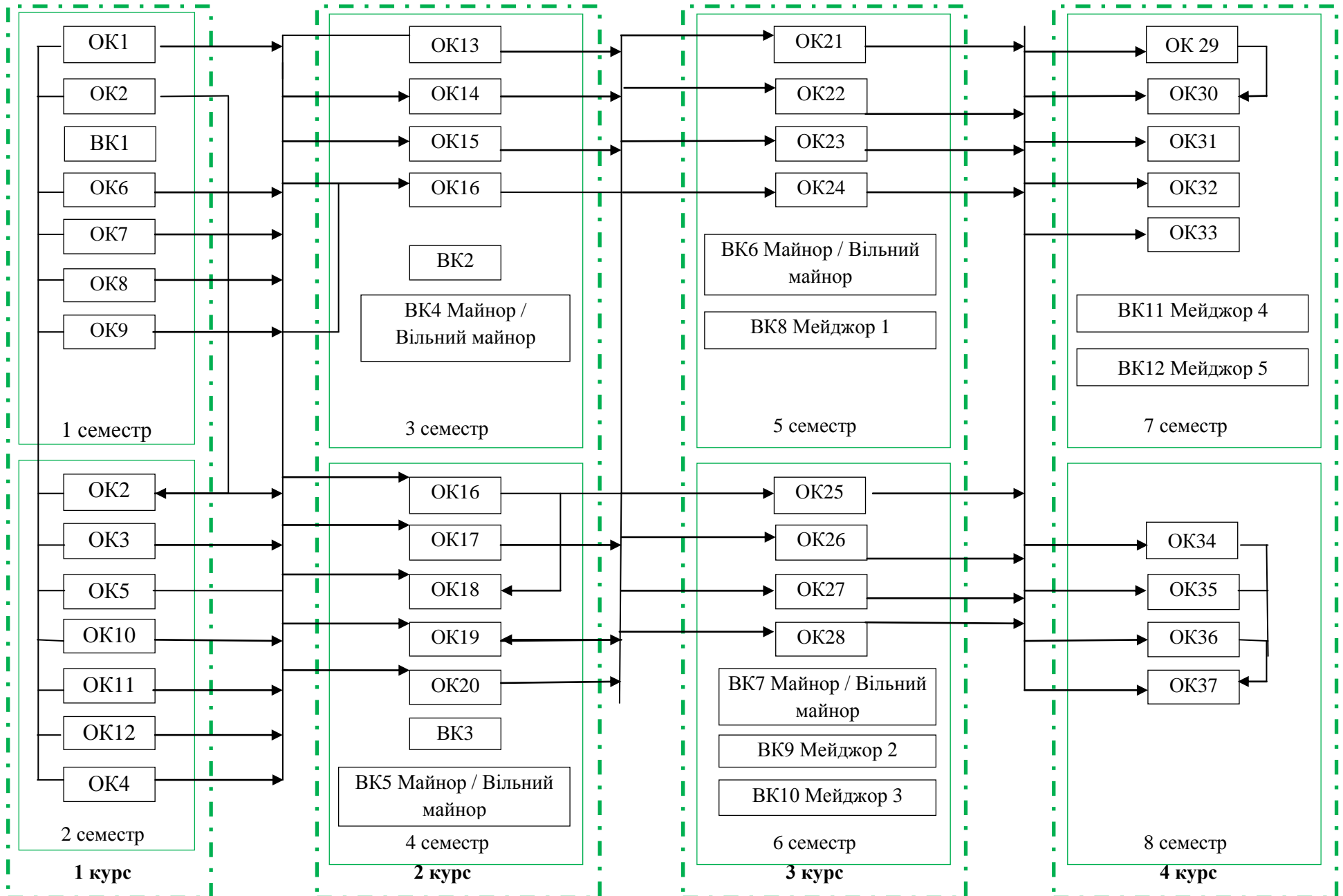
Вибіркова складова освітньо-професійної програми складається з:

– МАЙНОР – умовна назва блоку з чотирьох взаємопов'язаних непрофільних навчальних дисциплін підготовки освітнього ступеня бакалавр. Сутність МАЙНОРА полягає у формуванні певних компетентностей у здобувачів, які дозволять розширити його професійну підготовку в нестандартних напрямках і таким чином підвищити конкурентоздатність випускників на ринку праці або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР – окремі непрофільні навчальні дисципліни для створення власного МАЙНОРУ із загального переліку Університету (загально-університетський пул) для освітнього ступеня бакалавр. Дисципліни МАЙНОРІВ є обов'язковими для вибору здобувачами вищої освіти і входять до загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньою програмою. Загальний обсяг МАЙНОРІВ складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

– МЕЙДЖОР – дисципліна, що обирається здобувачем вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти з пулу освітньої програми. Призначена для формування індивідуальної освітньої траєкторії та забезпечує можливості здобувачу вищої освіти поглибити професійні знання в межах обраної освітньої програми та/або здобути додаткові не фахові компетентності. Загальний обсяг МЕЙДЖЕРУ складає 25 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

- Дисципліна технологічного спрямування, дисципліна соціально-психологічного спрямування, дисципліна правового спрямування – непрофільні навчальні дисципліни з обсягом 5 кредитів ЄКТС кожна.

4.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

| | |
|---|--|
| Форми атестації здобувачів вищої освіти | Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів). |
| Вимоги до кваліфікаційного іспиту (за наявності) | Кваліфікаційний іспит не передбачено ОПП |
| Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності) | <p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p> |
| Вимоги до публічного захисту (за наявності) | <p>До захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи допускаються здобувачі, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики, у встановлений термін пройшли нормоконтроль.</p> <p>Кваліфікаційна робота захищається публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> –оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; –виступ здобувача; –запитання до автора роботи; –відповіді здобувача; –обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту робіт; –рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації здобувачу. <p>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації з використанням мультимедійної техніки.</p> |

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу

освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

| | |
|---|--|
| <p>Політика щодо забезпечення якості вищої освіти</p> | <p>Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: відповідальності; відповідності; адекватності; автономності; вимірюваності; академічної культури; відкритості.</p> <p>Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти; підготовка та проведення маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; залучення стейкхолдерів вищої освіти (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямками внутрішнього забезпечення якості; зовнішнє оцінювання якості діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації.</p> <p>Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом.</p> |
| <p>Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм</p> | <p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актами в ХНЕУ ім. С. Кузнеця.</p> <p>Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); інших стейкхолдерів.</p> <p>Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення дослідження фокус-групи, аналіз документів, аналіз ситуації, самооцінка робочою групою відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми.</p> <p>Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється: а) щорічно за результатами моніторингу; б)</p> |

| | |
|--|--|
| | після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, в) в разі зміни н законодавчої та нормативної бази. |
| Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів | <p>Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами.</p> <p>Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; порядку оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в робочих програмах навчальних дисциплін, робочих планах (технологічних картах) навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням програмного забезпечення корпоративної інформаційної системи управління (електронний журнал) та інформаційного середовища Персональної навчальної системи (ПНС) Університету. Оприлюднення результатів успішності, оцінювання результатів навчання відбувається через звіт «Інформація про поточну успішність та відвідування занять за навчальними дисциплінами семестру» (сайт Університету) та на сайті Персональних навчальних систем. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.</p> |
| Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання | <p>Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність.</p> |
| Забезпечення якості науково- педагогічних працівників | <p>Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету, особистісного професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом навчального року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні вченої ради Університету.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)</p> | <p>Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти.</p> <p>Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування освітньої-професійної програми та реалізується через Персональну навчальну систему ХНЕУ ім. С. Кузнеця.</p> |
| <p>Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)</p> | <p>З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами та ін.</p> |
| <p>Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність</p> | <p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості.</p> <p>Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються тощо.</p> |
| <p>Забезпечення академічної доброчесності</p> | <p>Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладу вищої освіти та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, регулюється такими документами ХНЕУ ім. С. Кузнеця: Кодекс академічної доброчесності; Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про комісію з питань академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця.</p> <p>Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернет-сервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням.</p> |

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК





| Класифікація компетентностей за НРК | Знання | Уміння | Комунікація | Автономія та відповідальність |
|--|---|--|---|---|
| | ЗН1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень ЗН2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності | 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 | К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах 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 |

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

| Програмні результати навчання | Загальні компетентності | | | | | | | | | | | | | | Спеціальні (фахові) компетентності | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------|-----|--|------|-----|-----------------------------|---|----------------------|---------------------|------|------|------|----------------------|------|------------------------------------|-----|--------------------------------------|--------------|--------------------------------------|--|--|--------------|-------------|------|------|------------------------------|--------------|--|--|
| | ЗК1 | ЗК2 | ЗК3 | ЗК4 | ЗК5 | ЗК6 | ЗК7 | ЗК8 | ЗК9 | ЗК10 | ЗК11 | ЗК12 | ЗК13 | ЗК14 | СК1 | СК2 | СК3 | СК4 | СК5 | СК6 | СК7 | СК8 | СК9 | СК10 | СК11 | СК12 | СК13 | СК14 | |
| PH1 | | | | | | OK9 OK16 OK23 OK29 | | | | | | | | | OK16 | OK8 | | | | | | | | | | | OK34 OK37 | | |
| PH2 | | | OK4 OK8 OK10 OK11 OK17 OK21 | | | OK9 OK12 OK16 OK18 | OK25 OK36 | OK13 OK20 OK26 | OK7 OK28 OK33 | | | | | | | | OK16 OK18 OK21 OK26 | | | | | | | | | OK12 OK15 OK19 OK22 | | | OK15 OK32 |
| PH3 | | | | | | OK25 OK24 OK36 | | | | | | | OK11 OK24 OK33 | | | | OK16 OK19 OK27 OK28 OK31 | | | | | OK27 OK32 | OK7 OK26 | | | | | | |
| PH4 | | | | OK10 | | OK6 OK10 | OK6 OK10 OK13 OK17 OK21 OK22 OK26 | OK7 OK26 OK33 | | | | | | | | | OK17 OK21 OK26 | | | OK26 | OK15 OK29 OK30 | | | | | | | | OK26 OK27 OK28 OK31 |
| PH5 | | | OK14 OK26 | | | OK16 OK23 OK24 | | | | | | | | | | | | | OK26 | OK20 OK22 OK26 OK27 OK28 OK29 OK31 | | | | | | OK16 OK23 OK24 OK26 | | OK12 OK16 OK23 OK24 OK26 OK27 OK28 OK29 OK31 | |
| PH6 | | | OK10 OK13 OK16 OK17 OK23 OK27 | | | OK14 OK26 | OK16 OK23 OK29 | OK25 OK34 | | | | | | | | | | OK16 OK23 | OK16 OK23 OK27 OK28 OK31 | OK26 | OK16 OK23 OK26 OK27 OK28 OK31 | | | | | | | | OK14 OK16 OK23 OK26 OK27 OK28 |

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньої програми Маркетинг

| Назва структурного/ функціонального підрозділу/ посадова особа | Дата, підпис |
|--|---|
| 1. Навчальний відділ |  |
| 2. Відділ забезпечення якості освіти та інноваційного розвитку |  |
| 3. Завідувач випускової кафедри |  |
| 4. Проректор з навчально-методичної роботи |  |

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню бакалавр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену на кафедрі
маркетингу Харківського національного економічного університету імені
Семена Кузнеця

Бурхливий розвиток конкуренції, глобалізація ринків збуту продукції та розвиток і деталізація потреб й вимог споживачів до товарів та послуг актуалізують потребу у висококваліфікованих фахівцях з маркетингу. На ринку праці спостерігається зростання попиту на маркетологів, що володіють сучасним інструментарієм проведення маркетингових досліджень, здатних розробляти управлінські рішення у сфері маркетингу, ціноутворення, інновацій та інвестицій. Отже, виникає потреба в освітніх програмах, що поєднують фундаментальні теоретичні та прикладні аспекти задля формування практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу.

Метою освітньо-професійної програми «Маркетинг», яка подана на рецензію, є підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективної організації маркетингової діяльності та здатні вирішувати практичні завдання. Освітньо-професійна програма базується на поєднанні теорії та практики, в її межах можлива подальша наукова та професійна кар'єра в області комунікацій, збуту, ціноутворення, стратегічного, міжнародного та інтернет-маркетингу.

Програмою підготовки бакалаврів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» передбачено формування загальних та фахових компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу, які сприятимуть успішній діяльності в цій сфері. Нормативний зміст підготовки здобувачів відображено в результатах навчання, які також прописані в освітньо-професійній програмі.

Програмою передбачена достатня кількість дисциплін за вибором здобувачів (маг-майнорів). Це дозволяє реалізувати індивідуальні потреби здобувачів вищої освіти.

В процесі розробки освітньої програми «Маркетинг» та формуванні компетентностей були враховані вимоги стандарту вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем та сучасні вимоги роботодавців до професії маркетолога.

Освітню програму «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня з галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам і традиціям вищої школи, сучасним вимогам та тенденціям ринку праці, розроблена у відповідності до галузевих стандартів вищої освіти, ухвалених науково-методичною комісією з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, положень Закону України «Про вищу освіту», розпоряджень Кабінету міністрів України та наказів МОН України.

Рецензент:

Заступник директора по роботі
з МСБ Відділення «Східний макрорегіон»
АТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»



С.В. Жилін

