

10.01.2017

(Ф 03.02-107)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Електронний маркетинг»
(найменування ОПП)

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та найменування галузі)

кваліфікація: бакалавр з електронного маркетингу
(найменування кваліфікації)


СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 – 2017



Затверджено Вченою радою
Голова Вченої ради
В.Чепіженко
(протокол № 2 від 22.02.2018р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію наказом в.о. ректора
в.о. ректора
В.Ісаєнко
(наказ № 096/199 від 28.02.2018р.)

КИЇВ

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017</p>
		<p align="center">стор. 2 з 25</p>	

ДІЄ ЯК ТИМЧАСОВА ДО ВВЕДЕННЯ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою університету

протокол № 3

від " 13 " 02 2018 р

Проректор НАУ з навчальної та виховної роботи

Голова НМР НАУ

_____ (Т.В. Іванова)

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою Навчально-наукового інституту Економіки та менеджменту

протокол № 11

від " 11 " 12 2017 р

Голова Вченої ради Навчально-наукового інституту Економіки та менеджменту

_____ (С.В. Петровська)

ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу

протокол засідання № 27

від " 04 " 12 2017 р

Завідувач кафедри

_____ (С.Ф. Смерічевський)

ПОГОДЖЕНО

Науково-методично-редакційною радою Навчально-наукового інституту Економіки та менеджменту

протокол № 12


від " 05 " 12 2017 р

Голова НМР Навчально-наукового інституту Економіки та менеджменту

_____ (А.Т. Тофанчук)

Затверджено та надано чинності наказом ректора університету

від « 28 » 02 2018 р. № 096/09

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА <u>«ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</u> (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 3 з 25	

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО РОБОЧОЮ ГРУПОЮ (спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Електронний маркетинг») у складі:

КЕРІВНИК РОБОЧОЇ ГРУПИ:


ЯРМОЛЮК О.Я., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



 (підпис)

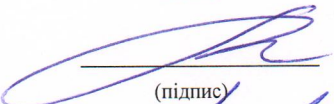
ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

СМЕРІЧЕВСЬКИЙ С.Ф., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу



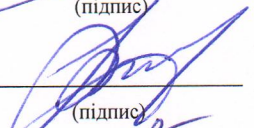
 (підпис)

КНЯЗЄВА Т.В., д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу



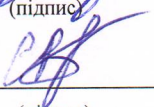
 (підпис)

БОРИСЕНКО О.С., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



 (підпис)

СІБРУК В.Л., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу




 (підпис)

Рецензія-відгук зовнішнього стейкхолдера (додаються): Власенко Я.О., заступник комерційного директора з маркетингу ТОВ «АМ Інтегратор груп»

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник


	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 4 з 25	

1. Профіль освітньо-професійної програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1.	Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний авіаційний університет Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
1.2.	Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	ОС «Бакалавр» бакалавр з електронного маркетингу
1.3.	Офіційна назва освітньо-професійної програми	Електронний маркетинг
1.4.	Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
1.5.	Наявність акредитації	
1.6.	Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти відповідає сьомому кваліфікаційному рівню НРК України
1.7.	Передумови	Атестат про повну загальну середню освіту, сертифікати ЗНО, диплом молодшого спеціаліста. Вступні іспити з фаху. Решта вимог визначаються правилами прийому на освітньо-професійну програму бакалавра.
1.8.	Мова(и) викладання	українська
1.9.	Термін дії освітньо-професійної програми	
1.10	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	http://nau.edu.ua/ http://iem.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu
Розділ 2. Мета освітньо-професійної програми		
2.1.	Підготовка фахівців з електронного маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок ефективного використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій та запровадження передових технологій, методологій та інструментів електронної комерції з метою підвищення ефективності роботи будь-якої організації.	
Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми		
3.1	Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування; 075 «Маркетинг»; Електронний маркетинг
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Загальна освіта в області управління та адміністрування. Спеціалізація програми полягає у підготовці фахівців з формування та функціонування системи електронного маркетингу, використання елементів електронного маркетингу в економічних, маркетингових,




		виробничо-збутових та аналітичних підрозділах підприємств різних галузей економіки
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна, базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сучасного стану економіки та бізнес-аналітики, поширення та розвитку інформаційних технологій і мережі Інтернет, враховуючи гнучкість та змінність, що притаманні методикам та інструментам електронного маркетингу, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра в області електронного маркетингу, маркетингу, реклами, підприємництва, фінансів, менеджменту. Формування у фахівців здатності використання мережі Інтернет для просування підприємства.
Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
4.1.	Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми. Бакалавр з електронного маркетингу може обіймати первинні посади на підприємствах різного профілю та рівня, в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах, зокрема у підрозділах: маркетингу, постачання, маркетингових досліджень, реклами, інформаційного забезпечення, збуту, міжнародних зв'язків та інших. Бакалавр з маркетингу повинен бути підготовлений до роботи відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010 до таких посад: – 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій – 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу – 1475.4 Менеджер (управитель) з постачання, збуту – 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту – 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління – 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами – 1473 Менеджери (управителі) у сфері надання інформації – 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі – 1453.1 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами – 1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 6 з 25	


		<p>– 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами</p> <p>– 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі</p> <p>– 2419.2 Консультант з маркетингу; Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); Рекламист; Економіст із збуту.</p>
4.2.	Подальше навчання	Продовження освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, який відповідає 8 рівню НРК України.
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1.	Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт, виконанні державного екзамену за фахом, проходження навчальних та виробничих практик, підготовки випускної роботи.
5.2.	Оцінювання	Тестування, опитування, дискусії, презентації, модульні контрольні роботи, звіти про проходження навчальних та виробничих практик, захист курсових робіт, письмові екзамени, письмовий державний екзамен за фахом, захист випускної роботи.
Розділ 6. Програмні компетентності		
6.1.	Інтегральні компетентності	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
6.2.	Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання.</p> <p>ЗК2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.</p> <p>ЗК3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності.</p> <p>ЗК5. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>ЗК7. Навички використання інформаційних і</p>



		комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей. ЗК8. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово. ЗК9. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії. ЗК10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. ЗК11. Здатність працювати в міжнародному середовищі. ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.
6.3.	Фахові компетентності (ФК)	Додаток 1
Розділ 7. Програмні результати навчання		
7.1.	Програмні результати навчання	Додаток 2
Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
8.1.	Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти, які мають стаж практичної, наукової та педагогічної роботи.
8.2.	Матеріально-технічне забезпечення	навчальні аудиторії; комп'ютерні класи; навчально-наукова лабораторія «Інформаційні системи маркетингу»; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання.
8.3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	офіційний сайт НАУ: http://nau.edu.ua/ ; депозитарій НАУ: www.er.nau.edu.ua ; офіційний сайт кафедри: www.mr.com.ua ; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; необмежений доступ до мережі Інтернет; наукова бібліотека, читальні зали; навчальні і робочі плани; навчально-методичні комплекси дисциплін; навчальні та робочі програми дисциплін; дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових проєктів(робіт), дипломних проєктів (робіт); критерії оцінювання рівня підготовки; пакети комплексних контрольних робіт.
Розділ 9. Академічна мобільність		
9.1.	Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність реалізується на основі двосторонніх договорів між Національним авіаційним університетом та Київським національним економічним університетом ім. Вадима Гетьмана, Київським

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 8 з 25	


		національним торговельно-економічним університетом.
9.2.	Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми подвійного диплому з університетами, зареєстрованими у ERASMUS+ та ERASMUS MUNDUS. Реалізується угода про співробітництво з Європейською вищою школою бізнесу (Польща) № 13-2017/UA-PL
9.3.	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Створені умови щодо можливості підготовки іноземних студентів в англомовних групах.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 9 з 25	

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

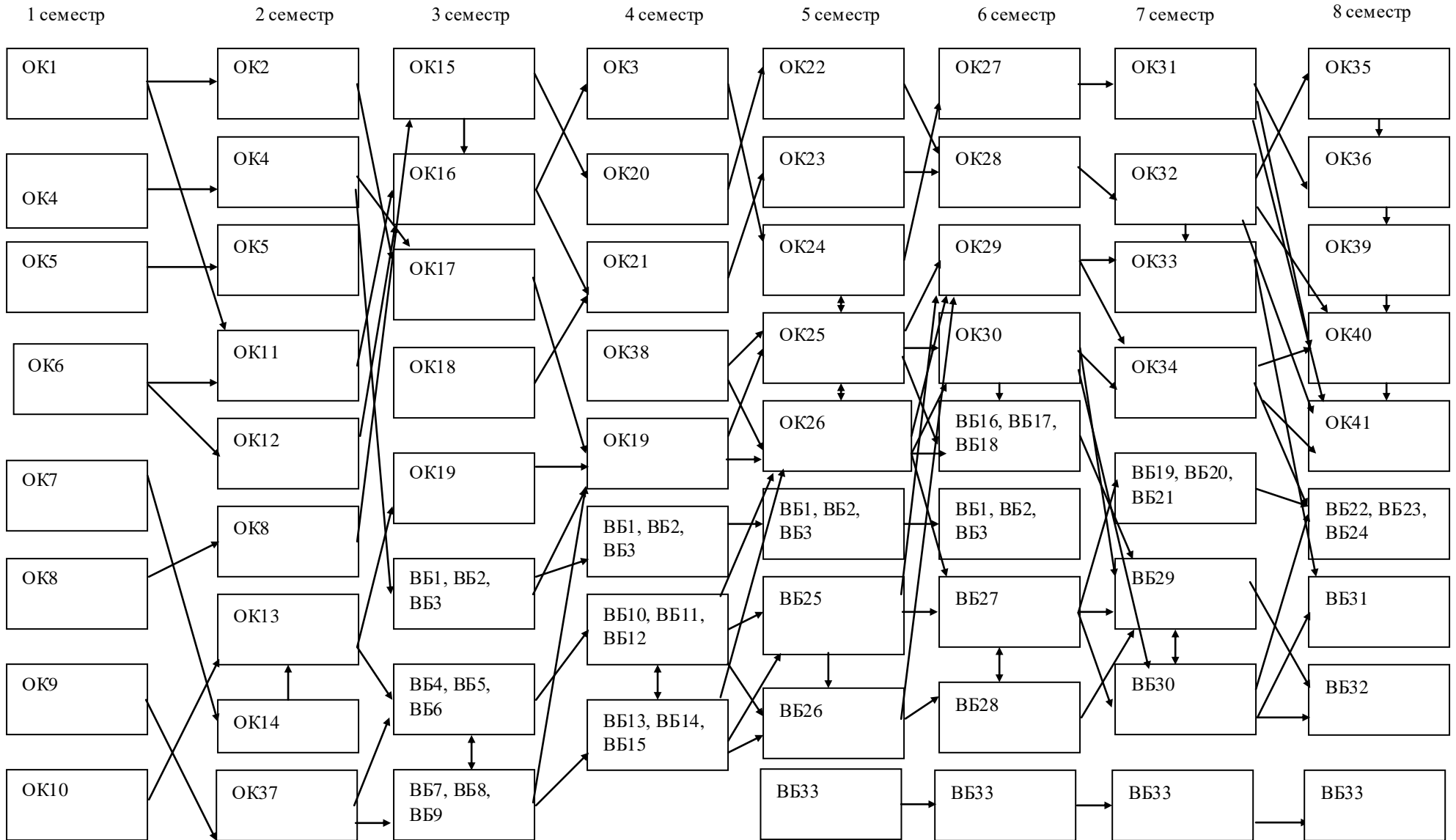
2.1. Перелік компонент ОПП


Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки			
OK1	Історія та культура України	3	Екзамен
OK 2	Українська мова	3	Екзамен
OK3	Філософія	3	Екзамен
OK4	Іноземна мова	4	Диференційований залік / Екзамен
OK5	Фізичне виховання	3	Диференційований залік
	Всього	16	
Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки			
Цикл професійної підготовки			
OK6	Економічна теорія	5	Екзамен
OK7	Макроекономіка	4	Екзамен
OK8	Вища математика	7	Диференційований залік / Екзамен
OK9	Інформатика	7	Екзамен
OK10	Соціологія	4	Екзамен
OK11	Історія економіки та економічної думки	5	Екзамен
OK12	Регіональна економіка	4	Екзамен
OK13	Вступ до спеціальності	4	Диференційований залік
OK14	Мікроекономіка	4	Екзамен
OK15	Теорія ймовірності і математична статистика	5	Екзамен
OK16	Економіка підприємства	4	Екзамен
OK17	Менеджмент	4	Екзамен
OK18	Фінанси	4	Екзамен
OK19	Маркетинг	10	Диференційований залік / Екзамен
OK20	Оптимізаційні методи та моделі	4	Екзамен
OK21	Гроші і кредит	4	Екзамен
OK22	Економетрика	3	Екзамен
OK23	Статистика	4	Екзамен
OK24	Економіка праці і соціально трудові відносини	4	Екзамен
OK25	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
OK26	Електронний маркетинг	5	Диференційований залік
OK27	Міжнародна економіка	4	Екзамен
OK28	Бухгалтерський облік	4	Екзамен
OK29	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
OK30	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
OK31	Логістика	5	Екзамен
OK32	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
OK33	Поведінка споживача	5	Екзамен
OK34	Маркетинг послуг	5	Екзамен

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 10 з 25	

1	2	3	4
OK35	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
OK36	Маркетинг розподілу	4	Екзамен
	Всього	146	
Цикл практичної підготовки			
OK37	Комп'ютерний тренінг	3	
OK38	Фаховий тренінг	4,5	Диференційований залік
OK39	Переддипломна практика	3	Диференційований залік
OK40	Державний екзамен за фахом	1,5	
OK41	Випускна робота	6	
	Всього	18	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОПП *			
Цикл дисциплін вільного вибору студента			
ВБ1	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8	Диференційований залік
ВБ2	Іноземна мова спеціальності	8	Диференційований залік
ВБ3	Іноземна мова (за фахом)	8	Диференційований залік
ВБ4	Основи електронного маркетингу	3	Диференційований залік
ВБ5	Основи електронної комерції	3	Диференційований залік
ВБ6	Основи електронного бізнесу	3	Диференційований залік
ВБ7	Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності	3	Диференційований залік
ВБ8	Маркетингові інформаційні системи	3	Диференційований залік
ВБ9	Маркетинг інформаційного суспільства	3	Диференційований залік
ВБ10	SEO-маркетинг	3,5	Диференційований залік
ВБ11	Пошуковий маркетинг	3,5	Диференційований залік
ВБ12	Пошукова оптимізація	3,5	Диференційований залік
ВБ13	E-mail маркетинг	4	Диференційований залік
ВБ14	Лояльний маркетинг	4	Диференційований залік
ВБ15	Мобільний маркетинг	4	Диференційований залік
ВБ16	Маркетингові дослідження в Інтернеті	3,5	Диференційований залік
ВБ17	Веб-сайти та маркетингова аналітика	3,5	Диференційований залік
ВБ18	Веб-аналітика	3,5	Диференційований залік
ВБ19	Маркетинг соціальних мереж (SMM)	3	Диференційований залік
ВБ20	Соціальний маркетинг	3	Диференційований залік
ВБ21	Реклама в соціальних мережах	3	Диференційований залік
ВБ22	Таргетована реклама	3	Екзамен
ВБ23	Інновації в маркетингу	3	Екзамен
ВБ24	Управління лояльністю клієнтів	3	Екзамен
ВБ25	Управління маркетингом на електронному ринку*	3,5	Диференційований залік
ВБ26	Контент та статейний маркетинг*	3,5	Диференційований залік
ВБ27	Маркетинг програмного продукту та послуг*	3,5	Диференційований залік
ВБ28	Інтернет як канал розподілу*	4	Диференційований залік
ВБ29	Ціноутворення товарів та послуг в Інтернеті*	3,5	Диференційований залік
ВБ30	Комунікації в Інтернеті*	3,5	Диференційований залік
ВБ31	Організаційна поведінка*	3,5	Диференційований залік
ВБ32	Управління інтернет-проектom*	4	Диференційований залік
ВБ33	Військова підготовка	29	Диференційований залік
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОПШ



	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа 11.01.03 – 01 - 2017	СМЯ НАУ ОПП
		стор. 122 з 255	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі письмового державного екзамену за фахом та захисту випускної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня Бакалавра із присвоєнням кваліфікації бакалавр з електронного маркетингу.


Державна атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей вимогам стандартів вищої освіти.

Державна атестація здобувачів вищої освіти здійснюється Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників.

Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Екзаменаційна комісія працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення вищого навчального закладу приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.


Атестація здійснюється відкрито і публічно.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 19 з 255	


Додаток 1

Перелік програмних фахових (ФК) компетентностей

Шифр	Компетентність
ФК1	Здатність до розуміння змісту та характеру професійної діяльності маркетолога на ринку споживчих товарів і послуг, а також промисловому ринку.
ФК2	Здатність демонструвати розуміння основ та історії розвитку теорії маркетингу.
ФК3	Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу.
ФК4	Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
ФК5	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
ФК6	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
ФК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
ФК8	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
ФК9	Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу.
ФК10	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень.
ФК11	Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації.
ФК12	Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій, щодо підвищення їх ефективності.
ФК13	Здатність розуміти особливості товарної політики підприємства, формування оптимального асортименту та використання інструментів маркетингу для його просування на ринок
ФК14	Здатність аналізувати та проектувати організаційні комунікації зі споживачами товарів та послуг
ФК15	Здатності ефективно управляти потоковими процесами з метою задоволення потреб споживачів та оптимізації загальних логістичних витрат.
ФК16	Здатність до прийняття оптимальних рішень щодо визначення цін та процесу ціноутворення, характеристики цін та розробляти ефективні стратегічні рішення в процесі маркетингового ціноутворення
ФК17	Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів.
ФК18	Здатність використовувати в маркетинговому плануванні технології сегментування ринку, позиціонування продуктів і компаній з оцінкою конкурентоспроможності.
ФК19	Здатність до визначення сутності та складових маркетингової політики промислового підприємства та формування чітких представлень про характеристики, особливості, методи і моделі маркетингу промислових підприємств
ФК20	Здатність застосувати основні засоби і методи планування та організації збуту в комерційної діяльності підприємства
ФК21	Здатність застосовувати методи і алгоритми збору та обробки інформації, необхідної для проведення аналізу ринку, поведінки споживачів, конкурентів та інших ринкових суб'єктів

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 20 з 25	


ФК22	Здатність формувати систему інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства
ФК23	Здатність розробляти стратегії та оптимально вибирати інструменти та методи ефективного оптимізування веб-сайтів організації під видачу пошукових систем
ФК24	Здатність проводити аудит веб-сайту компанії та правильно розробляти стратегію просування
ФК25	Здатність формувати чіткі послання цільової аудиторії за допомогою email розсилок
ФК26	Здатність формувати поведінку споживача в напрямку її лояльності
ФК27	Здатність вибору та формування механізмів і технологій мобільного маркетингу для ринків різної направленості.
ФК28	Здатність застосовувати онлайн підходи для проведення аналізу ринку, поведінки споживачів, конкурентів та інших ринкових суб'єктів
ФК29	Здатність збирати, аналізувати, вимірювати, подавати та тлумачити інформацію про відвідувачів веб-сайтів з метою вивчення їх для прийняття дієвих маркетингових рішень
ФК30	Здатність планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах
ФК31	Здатність визначати цілі реклами, вибирати цільовий сегмент для рекламування і проведення маркетингової діяльності
ФК32	Здатність знаходити, розробляти та використовувати інновації в маркетингу
ФК33	Здатність ефективного управління лояльністю підприємства із своїми споживачами
ФК34	Здатність до ідентифікації напрямків активізації маркетингової відповідальності та імплементації принципів відповідального маркетингу в практику діяльності підприємств на засадах соціального партнерства.
ФК35	Здатність чітко формувати цілі, завдання, структуру управління Інтернет проектом
ФК36	Здатність правильно обирати та застосовувати метрики для оцінки маркетингової діяльності в Інтернет
ФК37	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
ФК38	Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.
ФК39	Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 21 з 25	


Додаток 2

Перелік програмних результатів навчання


Шифр	Програмні результати навчання
РН1	Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування комп'ютерних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи.
РН2	Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.
РН3	Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
РН4	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
РН5	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
РН6	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
РН7	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
РН8	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
РН9	Вміти визначати цільовий ринок та сегмент ринку із застосуванням різних методик його вибору, вдосконалювати асортиментну політику підприємства, вирішувати конкретні маркетингові завдання щодо підтримки конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні та формувати стратегію діяльності підприємства.
РН10	Орієнтуватися в специфіці елементів комунікацій, оптимізувати комплекс маркетингових комунікацій та організовувати канали маркетингових комунікацій на підприємстві
РН11	Вміти ідентифікувати принципи та концепції логістики, визначати види логістичної діяльності та логістичні функції, управляти матеріальними потоками на виробництві, організовувати канали розподілу готової продукції, Структурувати логістичні витрати.
РН12	Використовувати цінову політику для забезпечення конкурентоспроможності фірми
РН13	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
РН14	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.
РН15	Використовувати в маркетинговому плануванні технології сегментування ринку, позиціонування продуктів і компаній з оцінкою конкурентоспроможності та брати участь в розробці, позиціонуванні і запуску нових видів послуг на ринок на основі технологій управління і асортиментом.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 22 з 25	

PH16	Освоїти системи та методи вивчення промислового маркетингу в системі загальної теорії маркетингу, змісту та функцій промислового маркетингу, щоб приймати ефективні виробничі організаційні та наукові рішення на рівні сучасних вимог.
PH17	Використовувати знання з вибору ефективних маркетингових каналів
PH18	Визначати цільових споживачів, націленість маркетингової діяльності на конкретну ціль (цільовий сегмент) для отримання максимального прибутку і зменшенні витрат на роботу не з цільової аудиторією
PH19	Використовувати знання лояльності до споживачів, розробляти програми лояльності та вміти керувати лояльністю
PH20	Розвивати електронну модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах електронних технологій корпоративної соціальної відповідальності.
PH21	Використовувати засоби нових інформаційних технологій, програмного забезпечення та загальних підходів при організації бізнесу в Інтернет
PH22	Використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств
PH23	Використовувати актуальні методи та інструменти оптимізації веб-сайтів, розробляти механізми організації SEO-маркетингу, проводити повний SEO аудит, та на його основі використовувати оптимізацію для покращення загального пошукового рейтингу
PH24	Розуміти основні проблеми оптимізації веб-сайту та застосовувати дослідження для формування семантичного ядра веб-сайту
PH25	Формувати та доводити до аудиторії чітке послання та розуміння нюансів комунікацій в мережі Інтернет та, зокрема, за допомогою email.
PH26	Здійснювати поетапний розвиток лояльності споживачів та розуміти типи та ступінь лояльності споживачів
PH27	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
PH28	Використовувати діяльність з поширення маркетингової інформації на мобільні телефони не лише через текстові повідомлення (SMS) та, отримання від них зворотної реакції та застосовувати інструментарій мобільного маркетингу: SMS, mobile apps, Interactive Voice Response, MMS Multimedia Message Service, Bluetooth.
PH29	Визначати профіль інтернет-користувачів з точки зору проведення маркетингових досліджень та застосовувати онлайн методи та інструменти для аналізу кон'юнктури ринку, використовувати різні способи збору первинної і вторинної інформації в Інтернеті для проведення маркетингових досліджень
PH30	Вміти проводити аналіз відвідуваності сайту для отримання інформації про статистику, тенденції, а також абсолютні і відносні показники, а також визначати портрет відвідувачів за даними перегляду веб-сайтів і застосовувати інструменти веб-аналітики для прийняття маркетингових рішень
PH31	Використовувати маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах, проводити дослідження, вести групи та сторінки, ефективно управляти споживачами
PH32	Вміти знаходити, розробляти та проводити інноваційну діяльність в маркетинговій діяльності підприємства

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 23 з 25	

РН33	Застосовувати на практиці методи формування соціального партнерства в маркетинговому середовищі
РН34	Застосовувати знання про життєвий цикл проекту та розуміти ролі та обов'язки членів проекту, а також використовувати та створювати проектну документацію
РН35	Використовувати знання різних метрик, розуміти нюанси оцінки метрик та застосовувати метрики для аналізу сучасного стану маркетингової діяльності в Інтернет
РН36	Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
РН37	Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
РН38	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
РН39	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності.
РН40	Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
РН41	Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2017
		стор. 25 з 25	

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узго джено				
Узго джено				
Узго джено				
Узго джено				