

(Ф 03.02 – 107)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«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)

освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу
(найменування кваліфікації)

СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 – 2019

*Із змінами, внесеними
на підставі рішення
Вченої ради університету
від 26.03.2020 р., протокол № 6
(наказ ректора від 26.03.2020 р. № 317/02)
Діє для здобувачів вищої освіти
2019 р. вступу з 2020-2021 н.р.*



Затверджено Вченою радою
Голова Вченої ради
[Signature] В.Ісаєнко
(протокол № 3 від 20.03.2019 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію наказом ректора
Ректор
[Signature] В.Ісаєнко
(наказ № 139/02 від 22.03.2019 р.)

КИЇВ

НАЧАЛЬНИК
НМВ НАУ



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(найменування ОПП)

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП
11.01.03 – 01 - 2019

стор. 2 з 27

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою університету

протокол № 2

від " 14 " 03 2019 р

Проректор НАУ з навчальної роботи

Голова НМР НАУ


(А.Г. Гудманян)


ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу

протокол засідання № 5

від " 28 " 03 2019 р

Завідувач кафедри


(С.Ф. Смерічевський)

ПОГОДЖЕНО


Науково-методично-редакційною радою
Факультету економіки та бізнес-
адміністрування

протокол № 3

від " 03 " 04 2019 р

Голова НМР Факультету економіки та бізнес-
адміністрування


(А.Т. Тофанчук)

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 3 з 22	

ПЕРЕДМОВА

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

КЕРІВНИК РОБОЧОЇ ГРУПИ:

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



(підпис)

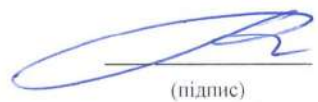
ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

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



(підпис)

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



(підпис)

ПЕТРОПАВЛОВСЬКА С.Є. к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



(підпис)

ШЕВЧЕНКО А.В. к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



(підпис)

КОТЛИК І.А., здобувач вищої освіти



(підпис)

Рецензія-відгук зовнішнього стейкхолдера (додаються): Гусак О.А. директор ТОВ «Гуд Логістік»

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Врахований примірник

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти


Зовнішній стейкхолдер



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


Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістік»

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 4 з 22	

1. Профіль освітньо-професійної програми


Розділ 1. Загальна інформація		
1.1.	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний авіаційний університет Факультету економіки та бізнес-адміністрування Кафедра маркетингу
1.2.	Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації мовою оригіналу	ОС «Бакалавр» бакалавр маркетингу
1.3.	Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
1.4.	Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
1.5.	Наявність акредитації	Сертифікат серія НД №1191115 від 30.08.2017р. Акредитаційна комісія Міністерство освіти і науки України
1.6.	Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти відповідає сьомому кваліфікаційному рівню НРК України
1.7.	Передумови	Повна загальна середня освіта
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 висококваліфікованих фахівців в галузі маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми розробки, виробництва, просування продукції, володіють фундаментальними і професійними компетенціями з ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства та системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.	
Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми		
3.1	Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування; 075 «Маркетинг»
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна. Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу; уміння збору і обробки маркетингової інформації на основі якої організація прогнозує наслідки управлінських рішень, проведення аналізу ринкової ситуації, оцінка споживчої поведінки; вибір оптимальних систем збуту і просування товару

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 5 з 22	


3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Загальна освіта в сфері управління та адміністрування. Спеціалізація програми полягає у підготовці фахівців для економічних, маркетингових, виробничо-збутових та аналітичних підрозділів підприємств різних галузей економіки.
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна, базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням актуального стану економіки та бізнес-аналітики, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра в сфері маркетингу, реклами, підприємництва, фінансів, менеджменту. Програма передбачає вивчення управлінського, маркетингового, економічного, аналітично-прикладного та економіко-математичного апарату проведення маркетингових досліджень. При реалізації даної програми значна увага приділяється навичкам формування маркетингового мислення та комунікаційних здібностей для ефективного проведення маркетингових досліджень на всіх типах ринків.

Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання


4.1.	Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми власності. Бакалавр з 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, 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: – 3436 Помічники керівників; – 3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій; – 3436.2 Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів; – 3436.3 Помічники керівників малих підприємств без апарату управління; – 3419 Організатор з постачання; – 3419 Організатор із збуту; – 3419 Товарознавець; – 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
------	---------------------------------	--

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 6 з 22	

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, проходження навчальних та виробничих практик, підготовки кваліфікаційної роботи.
5.2.	Оцінювання	Тестування, опитування, дискусії, презентації, модульні контрольні роботи, звіти про проходження навчальних та виробничих практик, захист курсових робіт, письмові екзамени, захист кваліфікаційної 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 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 align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 7 з 22	

		<p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>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>
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 «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 8 з 22	

		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.



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'язковий компонент			
OK1	Історія української державності та культури	3,0	Екзамен
OK2	Ділова українська мова	3,0	Екзамен
OK3	Філософія сталого розвитку	3,0	Екзамен
OK4	Фахова іноземна мова	4,0	Диференційований залік, Екзамен
OK5	Фізичне виховання	3,0	Диференційований залік,
OK6	Математика для економістів	7,0	Екзамен
OK7	Екологія	3,0	Диференційований залік,
OK8	Вступ до спеціальності	4,5	Екзамен
OK9	Психологія	3,0	Диференційований залік,
OK10	Інформатика	7,0	Екзамен
OK11	Соціологія	3,0	Диференційований залік,
OK12	Економічна теорія	7,5	Екзамен
OK13	Макроекономіка	3,0	Екзамен
OK14	Соціально-ринкові комунікації	4,0	Екзамен
OK15	Маркетинг	12,0	Диференційований залік, Екзамен
OK16	Основи інтерактивного маркетингу	6,0	Екзамен
OK17	Інфраструктура товарного ринку	6,0	Екзамен
OK18	Поведінка споживача	5,0	Диференційований залік,
OK19	Маркетингові дослідження	6,0	Екзамен
OK20	Маркетингова товарна політика	6,0	Екзамен
OK21	Маркетингове ціноутворення	6,0	Екзамен
OK22	Основи логістики та управління ланцюгами постачання	6,0	Екзамен
OK23	Маркетингові комунікації	6,0	Екзамен
OK24	Маркетинг послуг	3,0	Екзамен
OK25	Міжнародний маркетинг	3,0	Екзамен
OK26	Маркетинг промислового підприємства	6,0	Екзамен
OK27	Хеджування маркетингових ризиків	6,0	Екзамен
OK28	Інноваційний маркетинг	3,0	Диференційований залік,
OK29	Маркетинг територій	3,0	Екзамен
OK30	Холістичний маркетинг	6,0	Екзамен
OK31	Наскрізний міждисциплінарний курсовий проект зі сталого розвитку	4,0	захист
OK32	Наскрізний міждисциплінарний фаховий курсовий проект	5,0	захист
OK33	Ознайомлювальна маркетингова практика	6,0	захист
OK34	Дослідницько-маркетингова практика	6,0	захист
OK35	Управлінсько-виробнича практика з маркетингу	12,0	захист
OK36	Атестаційний екзамен		Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			180

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А. директор ТОВ «Гул Логістик»



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(найменування ОПП)

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП
11.01.03 – 01 - 2019

стор. 10 з 22

1	2	3	4
Варіативний компонент			
2.1. Каталог загальноуніверситетських дисциплін			
ВК1		3,0	Диференційований залік
ВК2		3,0	Диференційований залік
ВК3		3,0	Диференційований залік
ВК4		3,0	Диференційований залік
ВК1		3,0	Диференційований залік
2.2. Каталог вибірових дисциплін за фахом			
ВК5		3,0	Диференційований залік
ВК6		3,0	Диференційований залік
ВК7		3,0	Диференційований залік
ВК8		3,0	Диференційований залік
ВК9		3,0	Диференційований залік
ВК10		3,0	Диференційований залік
ВК11		3,0	Диференційований залік
ВК12		3,0	Диференційований залік
ВК13		3,0	Диференційований залік
ВК14		3,0	Диференційований залік
ВК15		3,0	Диференційований залік
ВК16		3,0	Диференційований залік
ВК17		3,0	Диференційований залік
ВК18		3,0	Диференційований залік
ВК19		3,0	Диференційований залік
ВК20		3,0	Диференційований залік
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

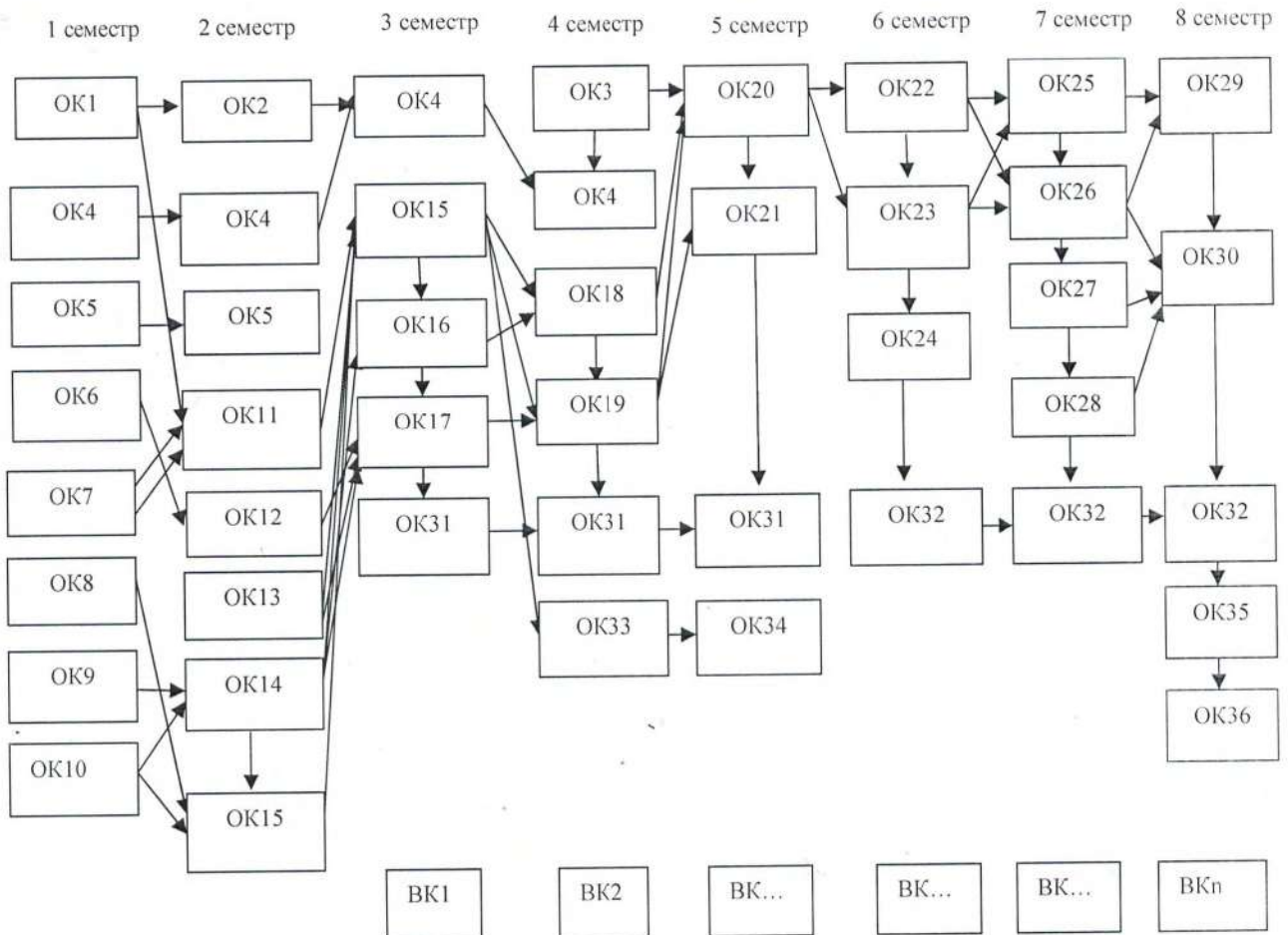
Борисенко О.С., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістик»



2.4. Структурно-логічна схема ОПП



УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістик»



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(найменування ОПП)

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП
11.01.03 – 01 - 2019

стор. 12 з 22

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня Бакалавра із присвоєнням освітньої кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Атестаційний екзамен проводиться письмового та передбачає оцінювання результатів навчання визначених стандартом та освітньо-професійною програмою «Маркетинг» Національного авіаційного університету.

Атестаційний екзамен 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.

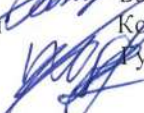
УЗГОДЖЕНО


Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

 Котлик І.А., МР-213Б

 Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістик»



**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

Компо- ненти Резуль- тати	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36	ВК1	...	ВКп												
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40												
ПРН1								+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+															
ПРН2															+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+													
ПРН3															+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+												
ПРН4		+		+		+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+											
ПРН5															+		+	+						+	+	+		+	+	+																					
ПРН6															+				+	+	+	+	+												+		+	+													
ПРН7										+						+			+										+						+		+	+													
ПРН8															+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+										
ПРН9																													+						+		+	+													
ПРН10										+		+			+	+																					+	+	+	+											
ПРН11	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+						
ПРН12	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+					
ПРН13																																																			
ПРН14															+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+					
ПРН15	+	+	+	+				+	+	+		+																																							
ПРН16																+																																			
ПРН17	+	+		+					+						+	+																																			
ПРН18	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ПРН19																+	+																																		
ПРН20						+							+	+																																					
ПРН21																																																			
ПРН22																+																																			
ПРН23																																																			

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП


Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Козлик І.А., МР-213Б

Дусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістик»

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» (найменування ОПП)</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 01 - 2019
		стор. 15 з 22	

Додаток 1

Перелік програмних фахових (ФК) компетентностей

Шифр	Компетентність
ФК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
ФК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
ФК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
ФК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
ФК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
ФК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
ФК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
ФК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
ФК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
ФК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
ФК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
ФК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
ФК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
ФК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
ФК15	Здатність до розуміння змісту і характеру професійної діяльності маркетолога на промисловому та споживчому ринках товарів і послуг та прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.
ФК16	Здатність виявляти знання та розуміння економіко-математичних методів, які мають практичне використання в ринковому середовищі і реалізують тісний зв'язок аналітики і прогнозування фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.
ФК17	Здатність виявляти знання та розуміння можливостей інформаційно-комунікаційних технологій як способів дослідження соціально-економічних процесів і явищ, використання сучасного програмного забезпечення при прийнятті маркетингових рішень в професійній діяльності.

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістик»



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(найменування ОПП)

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП
11.01.03 – 01 - 2019

стор. 16 з 22

ФК18	Здатність розуміти особливості сучасної світової і національної економіки обґрунтовувати напрями соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави та набути цілісного світогляду в розумінні економічних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення.
ФК19	Здатність розуміти особливості товарної політики підприємства, формувати оптимальний асортимент, аналізувати та проектувати організаційні комунікації зі споживачами товарів та послуг, розуміти і організувати потокове управління ланцюгами поставок товарів і послуг, приймати оптимальні рішення щодо процесу ціноутворення і визначення кінцевих цін.

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістик»



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(найменування ОПП)

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП

11.01.03 – 01 - 2019

стор. 17 з 22

Додаток 2

Перелік програмних результатів навчання

Шифр	Програмні результати навчання
ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН15	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.
ПРН16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістік»



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(найменування ОПП)

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП
11.01.03 – 01 - 2019

стор. 18 з 22

ПРН19	Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи.
ПРН20	Володіти класичними методами економіко-математичної обробки даних за допомогою яких розв'язувати практичні маркетингові задачі
ПРН21	Усвідомлювати особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави, знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати наслідки реалізації макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур, розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття маркетингових рішень.
ПРН22	Уміти виявляти розуміння сутності концепції соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз комерційних зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки ринкових суб'єктів.
ПРН23	Прогнозувати платоспроможний попит, визначити перспективні цільові сегменти споживачів, обґрунтовувати ефективні методи товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик підприємства

УЗГОДЖЕНО

Гарант ОПП

Здобувачка вищої освіти

Зовнішній стейкхолдер

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

Котлик І.А., МР-213Б

Гусак О.А., директор ТОВ «Гуд Логістік»

