

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА**



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

(освітньо-професійна / освітньо-наукова)

МАРКЕТИНГ

(назва програми)

Спеціальність

075 – Маркетинг

(шифр, назва спеціальності)

Освітня програма

Маркетинг

(назва спеціалізації)

Перший(бакалаврський) рівень вищої освіти

Затверджено вченою радою університету « 26 » квітня 2021 року, протокол
№ 5

Харків 2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

1.1. Вчена рада економічного факультету: протокол № 2 від « 11 » 02 2021 р.

Голова Вченої ради економічного факультету



Олександр ДАВИДОВ

1.2. Методична комісія факультету/інституту:
протокол № 4 від « 10 » 02 2021 р.

Голова методичної комісії факультету



Вікторія ЄВТУШЕНКО

1.3. Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва: протокол № 8 від
« 25 » 01 2021 р.

Завідувач кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва



Вікторія ЄВТУШЕНКО

Передмова

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові	Найменування посади (для сумісників – місце основної роботи, посада)	Науковий ступінь, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно
Керівник робочої групи		
Мангушев Дмитро Валерійович	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» диплом ДК № 063890 22.12.2010 р. Доцент по кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, атестат: 12ДЦ № 044446
Члени робочої групи		
Кузьминчук Наталія Валеріївна	Професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством», диплом ДД № 002072 від 31.05.2013 р. Професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, атестат 12ПР №009956 від 31.10.2014 р.
Євтушенко Ганна Валентинівна	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Кандидат економічних наук, спец. 08.00.03 – економіка та управління національним господарством, диплом ДК № 022133 від 26.06.2014 р.

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

1. Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 5 грудня 2018 року.

2. Нормативних документів:

- Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145–VIII;
- Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 №1556–VII;

- Класифікатор професій (КП) станом на 01.10.2015 р.;
- Класифікація видів економічної діяльності: національний класифікатор України КВЕД 009:2010;
- Національна рамка кваліфікацій: Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 (зі змінами);
- Про затвердження зміни до національного класифікатора України ДК 003–2010: наказ Мінекономрозвитку України від 02.09.2015 р. № 1084;
- Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266;
- Tuning Educational Structures in Europe;
- Національний глосарій 2014;
- Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно–аналітичний огляд.

1. Профіль освітньої програми

Маркетинг

зі спеціальності 075 Маркетинг

Міністерство освіти і науки України. Стандарт вищої освіти України. Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Ступінь вищої освіти: Бакалавр. Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 – Маркетинг. Київ, 2018.

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Бакалавр Бакалавр маркетингу за освітньою програмою «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) – 120–180 кредитів ЄКТС. Більше 50% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, серія НД – II № 2172084 від 8 липня 2014 р. протокол №110
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти НРК України – 7 рівень / Бакалавр, QF–ЕНЕА– перший цикл, EQF–LLL – 6 рівень
Передумови	Атестат про повну загальну середню освіту, сертифікати ЗНО, диплом молодшого бакалавра. Інші вимоги визначаються правилами прийому Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.econom.kharkov.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми	Підготувати бакалаврів з маркетингу, які володіють глибокими знаннями та професійними компетенціями в маркетингу щодо впровадження ефективних управлінських рішень на підприємстві.
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Спеціалізація: «Маркетинг» Освітня програма є міждисциплінарною: Обов’язкова компонента становить 180 кредитів Вибіркова компонента – 60 кредитів Об’єктами вивчення є управління маркетинговою діяльністю

	підприємства як системи економічної безпеки підприємства, систематизації наявних і потенційних загроз в маркетинговій діяльності з метою подальшого їх усунення. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, здатних планувати та реалізовувати інноваційні концепції виробництва, ціноутворення, просування й розподілу ідей, продукції та послуг; проводити дослідження й аналіз ринків, розробляти товарні, збутові, комунікаційні та рекламні стратегії, а також створювати бренди для задоволення потреб ринкових суб'єктів і досягнення цілей організації. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; парадигми, закони, закономірності, принципи, історичні передумови розвитку менеджменту, концепції системного, ситуаційного, адаптивного, антикризового, інноваційного, проектного менеджменту тощо; функції, методи, технології та управлінські рішення у маркетинг-менеджменті. <i>Методи, методики та технології:</i> – загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); – методики, що використовуються у маркетингу та менеджменту (методики маркетингових досліджень; методики економічної діагностики; методики прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур маркетингу; методи мотивування; методи контролю; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності маркетингової діяльності тощо). <i>Інструментарій та обладнання:</i> уміння та навички проводити аналіз, використовуючи сучасні інформаційні системи та програмні продукти для підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю організації. Форми використання ТЗН: використання мультимедійного устаткування для підвищення наочності матеріалу, що вивчається; аудіо та відео файли для більш ґрунтовного ознайомлення з окремими темами дисциплін; Moodle для дистанційного вивчення курсу; робота з офісним та спеціалізованим ПЗ під час пошуку та обробки аналітичної інформації при підготовці до розрахунково-аналітичних робіт тощо.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на формування маркетингової діяльності за умов турбулентного господарського середовища та вимог сучасних організаційних ринків на базі аналітичних інформаційних технологій, акцент робиться на розвиток у студентів креативних управлінських здібностей і фундаментальну економічну підготовку.
Основний фокус освітньої програми та	Загальна освіта, що спрямована на підготовку фахівців керівної ланки управління з маркетингу для підприємств та

спеціалізації	організацій різних форм власності. Ключові слова: маркетинг, менеджмент, маркетингова діяльність, інноваційний менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент
Особливості програми	Особливості освітньо–професійної програми орієнтовані на комплекс знань і навичок в галузі маркетингу як процес управління всіма загальними та окремими функціями підприємства, а також усіма підрозділами фірми на основі маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр маркетингу може обіймати первинні посади відповідно до Класифікатору професій ДК 003:2010 та виконувати роботу з фахом маркетолог–економіст, 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.
Подальше навчання	Можливість навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проблемно–орієнтоване та студентоцентроване навчання, самонавчання, підготовка кваліфікаційної роботи тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних(лабораторних) занять, майстер–класів від провідних фахівців підприємств та організацій під час проходження виробничої практики, самостійної роботи на основі підручників, навчальних посібників, конспектів лекцій, методичних вказівок до виконання практичних (лабораторних) робіт, консультацій з викладачами тощо. Лекції, практичні ситуації, case–study, розрахунково–аналітичні завдання, тренінги, тестування. Самостійна робота – на основі підручників та конспектів електронних освітніх ресурсів розміщених в віртуальному навчальному середовищі moodle МДУ.
Оцінювання	Передбачений поточний контроль під час проведення практичних занять (тестування, усні відповіді, письмові есе, розрахунково–аналітичні завдання, графічні завдання, презентації тощо), захист звітів з практики. Підсумковий контроль здійснюється в формі Іспиту \ заліку (письмові Іспити та заліки з навчальних дисциплін).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК 15. Здатність критично та креативно мислити, управляти часом, наявність емоційного інтелекту
Спеціальні компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

	СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СК15. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту СК 16. Здатність оцінювати виконані роботи, забезпечувати якість та мотивувати персонал організації СК 17. Здатність здійснювати контроль за виконанням планових завдань та угод.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової

	діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. P15. 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. P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. P19. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень P 20. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту P 21 Виявляти навички організаційного проектування
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	Склад викладачів освітньої програми включає науково–педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання навчальних дисциплін. До реалізації програми залучаються педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи за фахом та представники топ–менеджменту підприємств–роботодавців. З метою підвищення фахового рівня всі науково–педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.

Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Навчально–наукова робота за освітньою програмою забезпечена сучасними технічними засобами: стаціонарною комп’ютерною технікою та ноутбуками; мультимедійними проекторами, проекційними екранами та мультимедіа панеллю; безкоштовною мережею Wi-Fi. Для вивчення іноземних мов обладнано лінгвокабінет. Навчальні заняття проводяться в комп’ютерних класах, які оснащені ліцензійними операційними системами та спеціальним програмним забезпеченням, в т.ч.: MS Office; Програмний комплекс Marketing Analytic, який складається з модулів: Main, Portfolio, Predictor, Conjoint; Програмний комплекс Парус Підприємство 7, до складу якого входять модулі: CRM Менеджмент та маркетинг, Торгівля та склад, Персонал, Заробітна плата, Канцелярія також галузеві рішення: Реклама, Готель, Ресторан; 1С Підприємство 8; Deductor; Microsoft Project, Банківський Аналітик. Забезпечення комп’ютерних класів Інтернет–зв’язком дає можливість використовувати хмарні технології: Парус; Studio Creatio та Marketing Creatio від Terrasoft.
Специфічні характеристики інформаційного та навчально–методичного забезпечення	Забезпечено бібліотеку вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями з економіки та управління, в тому числі в електронному вигляді. Наявний доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою з економіки та управління. Наявність офіційного веб–сайту ХНУ імені В. Н. Каразіна, на якому розміщена основна інформація про його доцільність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня, видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація). Наявність електронного ресурсу ХНУ імені В. Н. Каразіна, який містить навчально–методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану, в тому числі в системі дистанційного навчання.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ХНУ імені В. Н. Каразіна та закладами вищої освіти. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання в закладах вищої освіти України. До керівництва роботою студентів можуть бути залучені провідні фахівці закладів вищої освіти України на умовах індивідуальних договорів.
Міжнародна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у міжнародних проектах за програмами академічного обміну (Erasmus Mundus, DAAD, Global UGRAD, Cambridge–UkraineStudentships тощо)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Закону «Про вищу освіту»

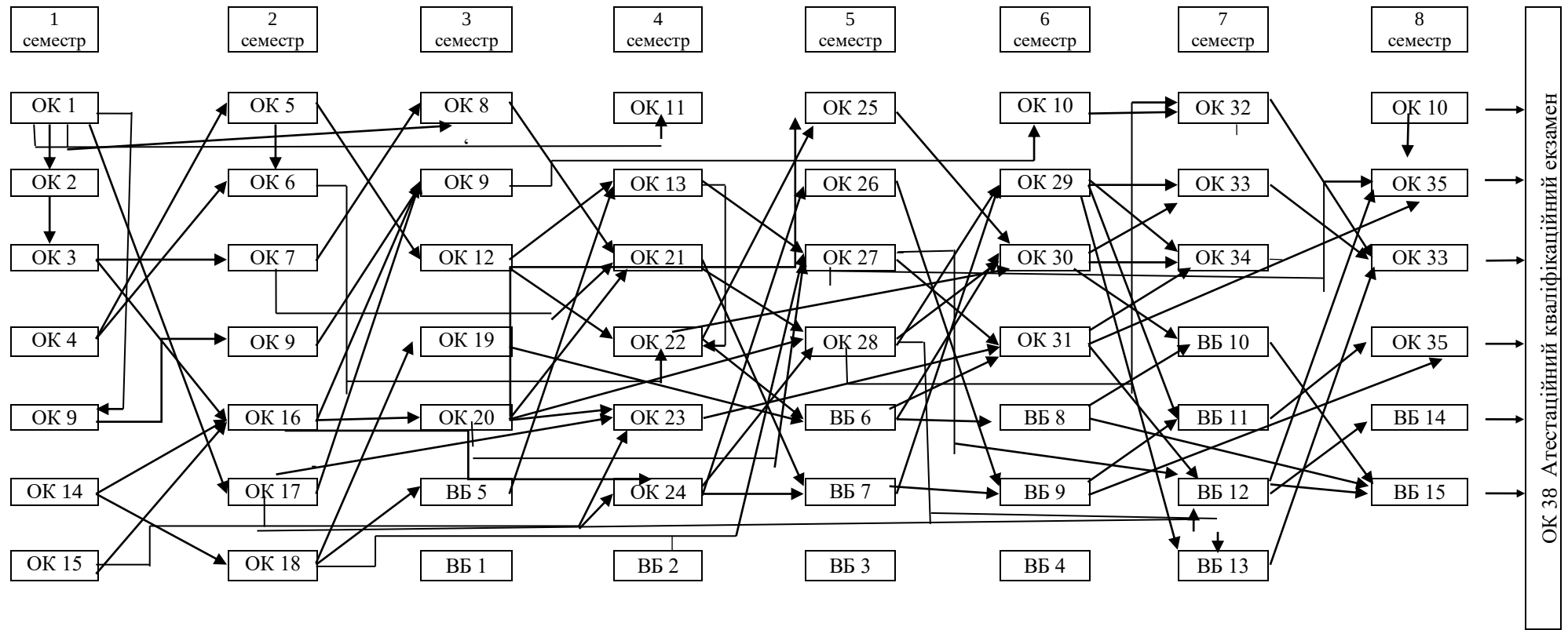
2. Перелік компонентів освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Історія України	3	Іспит
ОК 2.	Управління громадськими об'єднаннями	5	Іспит
ОК 3.	Економіка знань та інформаційне суспільство	5	Залік
ОК 4.	Вища математика	4	Іспит
ОК 5.	Теорія ймовірності і математична статистика	4	Іспит
ОК 6.	Економічна інформатика	4	Іспит
ОК 7.	Мікроекономіка	5	Іспит
ОК 8.	Макроекономіка	4	Іспит
ОК 9.	Іноземна мова	13	Залік / Іспит
ОК 10.	Іноземна мова за фахом	12	Залік
ОК 11.	Філософія	3	Іспит
ОК 12.	Міжнародна економіка	4	Іспит
ОК 13.	Економіко-математичні методи та моделі	5	Іспит
ОК 14.	Вступ до маркетингу	5	Іспит
ОК 15.	Основи наукових досліджень	4	Залік
ОК 16.	Економіка підприємства	5	Іспит
ОК 17.	Маркетинг	5	Іспит
ОК 18.	Self-менеджмент	5	Залік
ОК 19.	Правове регулювання маркетингової діяльності	5	Залік
ОК 20.	Статистичний аналіз маркетингової діяльності	5	Іспит
ОК 21.	Менеджмент	5	Іспит
ОК 22.	Маркетингові дослідження	5	Іспит
ОК 23.	Фінанси та оподаткування	5	Іспит
ОК 24.	Маркетингова товарна політика	5	Іспит
ОК 25.	Прайс-менеджмент	5	Іспит
ОК 26.	Поведінка споживачів	5	Іспит
ОК 27.	Інтернет-маркетинг	5	Іспит
ОК 28.	Управління маркетинговою комунікаційною політикою	5	Іспит
ОК 29.	Маркетинг послуг	4	Іспит
ОК 30.	Маркетинг відносин	4	Залік
ОК 31.	Маркетингова політика розподілу	5	Іспит
ОК 32.	Тренінг з інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингу	5	Залік
ОК 33.	Міжнародний маркетинг (англійською мовою)	4	Іспит
ОК 34.	Виробнича практика	5	Іспит
ОК 35.	Атестаційний кваліфікаційний екзамен	3	Іспит
Загальний обсяг обов'язкових дисциплін		176	
Вибіркові компоненти ОП*			
Вибірковий блок 1			
ВБ 1.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік

1	2	3	4
ВБ 2.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік
ВБ 3.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік
ВБ 4.	Міжфакультетська дисципліна	3	Залік
ВБ 5.	Візуалізація бізнес-процесів / Аналіз та візуалізація даних / Бізнес-інформація	5	Залік
ВБ 6.	Психологія лідерства / Психологія управління та конфліктологія / Психологія реклами	4	Залік
<i>Вибірковий блок 2</i>			
ВБ 7.	Логічні моделі маркетингу / Інформаційне забезпечення маркетингу / Копирайтинг	5	Залік
ВБ 8.	Тренінг "Креативний маркетинг" / Створення реклами / Візуальне-економічне наповнення сайту	5	Залік
ВБ 9.	Інфраструктура ринку товарів та послуг / Дослідження товарних ринків / Стратегічний маркетинг	5	Іспит
ВБ 10.	Event - маркетинг / Ораторське мистецтво та speech writing / Подієвий маркетинг	4	Залік
ВБ 11.	Соціально-відповідальний маркетинг / Екомаркетинг / Бізнес-маркетинг	4	Залік
ВБ 12.	Управління ризиками в маркетингу / Тренінг "Виставкова діяльність" / Організація бізнесу	5	Іспит
ВБ 13.	Маркетинг промислового підприємства / Маркетинг на ринку B2B / CRM системи	5	Іспит
ВБ 14.	Стратегія PR-проектів / Глобальні бізнес-стратегії / Міжнародні бізнес-комунікації	5	Іспит
ВБ 15.	Кроскультурні маркетингові комунікації / Іміджологія / Інноваційний маркетинг	5	Залік
Загальний обсяг вибірових дисциплін		64	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

Структурно-логічна схема



Прим:

OK	Обов'язкова компонента	VB	Вибіркова компонента
----	------------------------	----	----------------------

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену.
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	Кваліфікаційний екзамен складається з: — тестової перевірки знань, що формують основні компетенції бакалаврів з спеціальності 075 – Маркетинг. На атестацію виносяться наступні нормативні дисципліни професійної та практичної підготовки за фахом: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова комунікаційна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингові дослідження»; — комплексних кваліфікаційних (розрахунково-аналітичних) завдань, що вміщують умови залучень індивіда до певних видів діяльності, передбачених посадовими обов'язками первинних посад даного професійного профілю. Атестація випускників проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінки якості вирішення випускниками задач діяльності, передбачених даною ОПП. Кваліфікацію випускникам надає кваліфікаційна комісія.
Вимоги до кваліфікаційного екзамену (екзаменів)	Кваліфікаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах або в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення вищим навчальним закладом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

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	K1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності K2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	AB1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах AB2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб AB3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності – 15				
ЗК1				AB2
ЗК2				AB2
ЗК3		УМ1	K1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			K2	AB1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		AB1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			K1	
ЗК11			K2	AB1
ЗК12			K2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	K2	AB2
ЗК15	ЗН2		K1	
Спеціальні (фахові) компетентності – 17				
СК1	ЗН1		K1	
СК2	ЗН2	УМ1	K1	
СК3		УМ1	K1	
СК4	ЗН2		K1	AB2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	K1	
СК7	ЗН2	УМ1	K1	
СК8	ЗН2	УМ1	K1	AB1
СК9	ЗН1		K1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	K1	
СК12		УМ1	K2	AB1
СК13		УМ1	K1	AB1
СК14		УМ1	K1	AB1
СК15	ЗН1		K2	
СК16		УМ1	K1	AB1
СК17				AB2

**Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075
«Маркетинг»**

Програмні результати	Компетентності																																
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності															Спеціальні (фахові) компетентності																
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15	СК16	СК17
P1	+					+										+	+										+						
P2	+			+		+	+	+	+									+									+			+			
P3	+						+		+				+						+						+	+							+
P4	+							+	+									+			+	+			+	+				+			
P5	+			+		+															+	+					+			+			
P6	+			+		+	+	+											+	+	+	+							+				
P7	+								+																	+	+	+					
P8	+			+	+	+	+								+	+				+				+	+			+		+			
P9	+					+	+																+				+	+	+				+
P10	+							+	+	+									+									+	+			+	+
P11	+			+		+	+					+			+					+	+		+				+	+	+				+
P12	+				+		+				+				+			+		+													
P13	+				+									+	+								+							+			
P14	+				+	+	+				+								+												+	+	+
P15	+	+	+										+	+															+				
P16	+				+									+	+				+	+										+			
P17	+									+						+												+					
P18	+	+	+											+																			
P19	+			+		+	+														+			+							+		
P20	+																				+			+				+		+			
P21	+																								+							+	

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми Маркетинг

[illegible]

[illegible]

[illegible]

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

Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. №600 (зі змінами) [Електронний ресурс].

Корисні посилання:

7. Кодекс цінностей Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. URL: <http://www.univer.kharkov.ua/ua/general/docs/kodeks> (дата звернення: 12.10.2018).
8. Про введення в дію рішення Вченої ради з питання «Затвердження тимчасових стандартів освіти університету, освітньо-професійних програм та навчальних планів підготовки фахівців у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна». URL: <http://www.univer.kharkov.ua/docs/work/nakaz-standarty-osvity.pdf> (дата звернення: 12.10.2018).
9. Про введення в дію рішення Вченої ради з питання «Про затвердження Порядку проведення перевірки наукових праць, навчальних видань та дипломних робіт (проектів) працівників та здобувачів вищої освіти на наявність запозичень з інших документів». URL: <http://www.univer.kharkov.ua/images/perevirka-praci.pdf> (дата звернення: 12.10.2018).
10. Про організацію освітнього процесу в Харківському національному

університеті імені В. Н. Каразіна. URL: https://drive.google.com/drive/folders/0BwRBoOD_AIQSZ0xDtkt2eDNrX0U (дата звернення: 12.10.2018).

11. Програма розвитку Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна на 2010–2020 роки. URL: <http://www.univer.kharkov.ua/docs/polozhennya/program2010-2020n.pdf> (дата звернення: 12.10.2018).

12. Статут Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. URL: <http://www.univer.kharkov.ua/docs/statute/uk-statut2018.pdf> (дата звернення: 12.10.2018).

13. Стратегічні цілі Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в сфері якості на 2017–2020 роки. URL: <http://www.univer.kharkov.ua/docs/quality/StrategIchnI%20tsII%20HarkIvskogo%20natsIonalnogo%20unIversitetu%20ImenI%20V.%20N.%20KarazIna%20v%20sferI%20yakostI%20na%202017%E2%80%932020%20roki.pdf> (дата звернення: 12.10.2018).

14. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.

15. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (MCKO) 2011. – [http://www.un.org/development/desa/pd/data/sdg/isced/2011/](#)

16. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (MCKO) 2013. – [http://www.un.org/development/desa/pd/data/sdg/isced/2013/](#)