

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ХТЕІ КНТЕУ
22 травня 2020 р. (протокол № 9)

ВВЕДЕНО В ДІЮ з 01.09.2020 р.

наказ ХТЕІ КНТЕУ
від 03 червня 2020 р. № 85-О

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

**першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг»
спеціалізація «Маркетинг»**

Харків, 2020

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ПОГОДЖЕНО
Перший проректор
з науково-педагогічної роботи

_____ Н. В. Притульська
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Проректор
з науково-педагогічної роботи

_____ С. Л. Шаповал
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Начальник навчального відділу
КНТЕУ

_____ К. В. Мостика
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Начальник навчально-методичного
відділу КНТЕУ

_____ Т. В. Божко
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Завідувач кафедри маркетингу КНТЕУ

_____ Є. В. Ромат
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Представник РСС

_____ В. В. Бахмат
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Заступник директора ТОВ
«Міжнародний маркетинг-центр»

_____ В. А. Сосновий
_____ 2019 р.

ПОГОДЖЕНО
Директор розвитку Східного регіону
ТОВ «Брокард-Україна»

_____ Т. В. Звягінцева
_____ 2019 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Попова Н. В. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ, керівник групи.

2. Катаєв А. В. – кандидат економічних наук, доцент, заступник директора з науково-педагогічної роботи Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

3. Невертій Г. С. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

4. Стальна Ю. С. – топ-менеджер компанії «KITRUM», посада VP of Solutions, магістр з маркетингу Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ, випуск 2018 року.

5. Власенко К. І. – студентка групи МР-17 Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Сосновий В. А. – заступник директора ТОВ «Міжнародний маркетинг-центр».

2. Звягінцева Т. В. – директор розвитку Східного регіону ТОВ «Брокард–Україна».

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(за спеціалізацією «Маркетинг»)**

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет Харківський торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний: 1. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. 2. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України; Україна Сертифікат про акредитацію НД № 2196081 від 26.04.2017 р., термін дії до 01.07.2027 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступного планового оновлення
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://hte.org.ua/main/zagalna-informaciya/oficijni-dokumenti/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», спеціалізація «Маркетинг». Дисципліни, які формують основні компетентності 67,5 %, з них циклу загальної підготовки – 33,3 %, циклу професійної підготовки – 66,7 %.

	Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти – 26,3 %, з них циклу загальної підготовки – 28,6 %, циклу професійної підготовки – 71,4 %. Практична підготовка – 5 %, підготовка випускної кваліфікаційної роботи та атестація – 1,3 %.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна прикладна. Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетологів, які є здатними до швидкої адаптації до сучасних умов ведення економічної діяльності.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації.
Особливості програми	Практична підготовка впродовж навчання в організаціях, які займаються маркетинговою діяльністю; інтерактивні виїзні практичні заняття; поглиблене вивчення іноземної мови.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 випускники можуть займати посади, які пов'язані з плановою (у т. ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, а саме: помічника керівника підприємства (установи, організації); представника торговельного; інспектора торговельного; організатора з постачання; організатора із збуту; закупника, агента комерційного; агента торговельного; комівояжера; торговця (обслуговування бізнесу).
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
Оцінювання	Письмові экзамени, усні презентації, поточний контроль (тестування, розв'язання задач та ситуаційних вправ, кейсів, дискусії, публічні виступи, есе), написання випускної кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних

	теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. 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>ЗК 2. 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>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p>

	<p>ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>

	<p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. 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.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Реалізацію освітньої програми забезпечують науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані залучені фахівці-практики.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, Wi-Fi, комп'ютерні кабінети – технікою із новітніми версіями фахового програмного забезпечення.</p> <p>Наявність гуртожитку, їдальні, медпункту, закритої спортивної та тренажерної зали, спортивного майданчику.</p>

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Освітня програма повністю забезпечена навчальною літературою, релевантними інформаційними ресурсами та навчально-методичними комплексами з навчальних дисциплін, які викладаються. Освітня програма забезпечена сучасними універсальними та спеціалізованими програмними продуктами, необхідними для набуття вмінь та навичок щодо прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України. Короткострокове навчання студентів за попередньо визначеним курсом в інших закладах вищої освіти
Міжнародна кредитна мобільність	Інститутом укладено договори про співробітництво з закордонними закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів, зокрема: - Білоруський торговельно-економічний університет споживчої кооперації (Гомель, Білорусь); - Державний інститут управління та соціальних технологій БГУ (Мінськ, Білорусь); - Могильовський державний університет продовольства (Могильов, Білорусь); - Технічний Університет Лодзі (Лодзь, Польща); - Університет Humanitas в Сосновці (Сосновець, Польща); - Технічний Університет (Варна, Болгарія); - Швейцарський Школа Бізнесу (Монтре, Швейцарія); - ТОВ «Бонекс інжиніринг» (Белград, Сербія).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови: володіння українською мовою; наявності документа про повну середню освіту/диплому молодшого бакалавра, який пройшов процедуру визнання в Міністерстві освіти і науки України

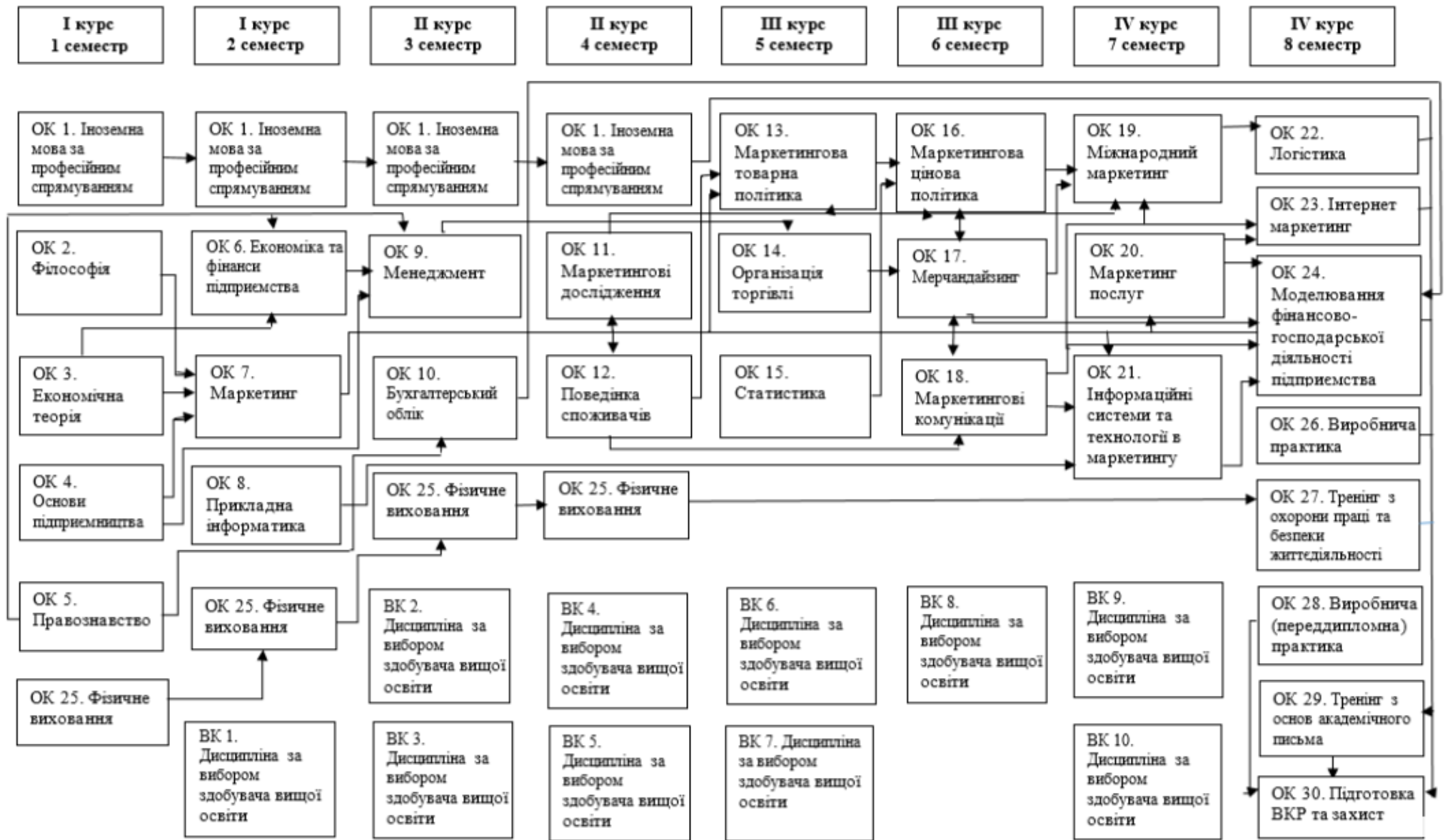
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Семестр	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП				
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	1–4	Екзамен
ОК 2	Філософія	6	1	Екзамен
ОК 3	Економічна теорія	6	1	Екзамен
ОК 4	Основи підприємництва	6	1	Екзамен
ОК 5	Правознавство	6	1	Екзамен
ОК 6	Економіка та фінанси підприємства	6	2	Екзамен
ОК 7	Маркетинг	6	2	Екзамен
ОК 8	Прикладна інформатика	6	2	Екзамен
ОК 9	Менеджмент	6	3	Екзамен
ОК 10	Бухгалтерський облік	6	3	Екзамен
ОК 11	Маркетингові дослідження	6	4	Екзамен
ОК 12	Поведінка споживачів	6	4	Екзамен
ОК 13	Маркетингова товарна політика	6	5	Екзамен
ОК 14	Організація торгівлі	6	5	Екзамен
ОК 15	Статистика	6	5	Екзамен
ОК 16	Маркетингова цінова політика	6	6	Екзамен
ОК 17	Мерчандайзинг	6	6	Екзамен
ОК 18	Маркетингові комунікації	6	6	Екзамен
ОК 19	Міжнародний маркетинг	6	7	Екзамен
ОК 20	Маркетинг послуг	6	7	Екзамен
ОК 21	Інформаційні системи та технології в маркетингу	6	7	Екзамен
ОК 22	Логістика	6	8	Екзамен
ОК 23	Інтернет-маркетинг	6	8	Екзамен
ОК 24	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	4,5	8	Екзамен
ОК 25	Фізичне виховання		1–4	Залік
	Практична підготовка			
ОК 26	Виробнича практика	4,5	6	Залік
ОК 27	Тренінг з основ охорони праці та безпеки життєдіяльності	1,5	6	Залік
ОК 28	Виробнича (переддипломна) практика	3	8	Залік
ОК 29	Тренінг з основ академічного письма	1,5	8	Залік
	Атестація			
ОК 30	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист	9	8	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180		
Вибіркові компоненти ОП				
ВК 1	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	2	Екзамен
ВК 2	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	3	Екзамен
ВК 3	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	3	Екзамен
ВК 4	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	4	Екзамен

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Семестр	Форма підсумкового контролю
ВК 5	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	4	Екзамен
ВК 6	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	5	Екзамен
ВК 7	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	5	Екзамен
ВК 8	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	6	Екзамен
ВК 9	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	7	Екзамен
ВК 10	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	7	Екзамен
Загальний обсяг вибіркових компонент:		60		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240		

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3. Форма атестації студентів

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота має передбачати розгляд теоретичних аспектів проблеми або завдання у сфері сучасного маркетингу, проведення аналізу та/або дослідження предметної області маркетингу, формулювання висновків та пропозицій щодо удосконалення маркетингової діяльності.

Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	
ЗК 1				+	+																										
ЗК 2																										+		+			
ЗК 3						+	+		+		+		+		+	+	+	+		+			+	+							+
ЗК 4		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+		+		+			+
ЗК 5							+		+																						
ЗК 6							+		+		+		+			+		+	+								+		+		+
ЗК 7				+		+	+		+		+	+	+	+		+	+	+	+	+			+	+	+						+
ЗК 8							+				+				+				+	+	+	+			+						+
ЗК 9							+	+		+	+				+				+			+		+							+
ЗК 10	+																														
ЗК 11							+							+					+			+		+							
ЗК 12							+												+												
ЗК 13														+						+											
ЗК 14		+		+			+		+							+	+	+	+					+				+			+
ФК 1							+				+		+				+	+	+				+						+	+	
ФК 2							+						+												+						
ФК 3							+				+		+				+		+					+							+
ФК 4							+					+				+	+	+	+	+				+	+						
ФК 5							+				+	+	+			+	+	+			+			+	+						+
ФК 6							+				+										+										+
ФК 7						+	+		+				+		+	+									+						+
ФК 8																			+	+					+						
ФК 9							+						+				+	+					+								
ФК 10																						+									
ФК 11											+	+																			+
ФК 12											+	+			+										+					+	+
ФК 13							+												+		+		+								
ФК 14							+		+		+		+	+		+	+	+	+				+	+							+

