

## **Концепція освітньої діяльності за спеціальністю 075 Маркетинг на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти**

**I. Код та найменування спеціальності – 075 Маркетинг**

**II. Рівень вищої освіти – Перший (бакалаврський) рівень**

**III. Перелік спеціалізацій та освітніх програм – Маркетинг**

**IV. Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансфернонакопичувальної системи та строк навчання –** на базі повної загальної середньої освіти обсяг становить 240 кредитів ЄКСТ. На базі освітньо-кваліфікаційного рівня „молодший спеціаліст” становить 120 кредитів ЄКТС; 4 роки навчання за очною (денною) формою навчання.

**V. Професійні стандарти, на дотримання яких планується спрямувати навчання (в разі наявності):**

Відповідність вимогам стандарту вищої освіти (за наявності) – наказ міністерства освіти і науки України, перший (бакалаврський) рівень вищої освіти за спеціальністю 075 „Маркетинг”, галузі знань: 07 „Управління та адміністрування”, протокол № 1343 від 05.12.2018 р.

Освітня діяльність ПЗВО „МСУ” ґрунтується на концептуальних засадах Національної Доктрини розвитку освіти, Державній Національній програмі „Освіта (Україна ХХІ століття)”, Законі України „Про освіту, Законі України „Про вищу освіту”, Концепції розвитку педагогічної освіти, наказах Міністерства освіти і науки України, Статуті ПЗВО „МСУ”, Положенні про організацію освітнього процесу Університету, Правилах внутрішнього розпорядку Університету та інших нормативно-правових актах.

**VI. Перелік основних компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти**

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	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. 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні,

	<p>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>3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>11. Здатність працювати в команді.</p> <p>12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові предметні) компетентності</p>	<p>1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення</p>

предметної області сучасного маркетингу.

3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

	14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
--	--

## **VII. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти. Програмні результати навчання**

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

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

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

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

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

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

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

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

9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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

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

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

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

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

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.

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

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

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

### **VIII. Орієнтовний перелік професійних кваліфікацій, які планується надавати**

Бакалавр маркетингу підготовлений до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності за національним класифікатором України «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009:2010.

1. Оптова та роздрібна торгівля G:

- оптова та роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами - G 46, G 47;

- оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами - G 46,3;

- роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах - G 47,2;

- оптова торгівля товарами господарського призначення - G 46,4; Оптова та роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням - G 46,5; G 47,4;

- оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням - G 46,6;

- роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах - G 47,5;

2. Інші види спеціалізованої торгівлі - G 46,7;

3. Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – Н:

- складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту - Н 52;

- допоміжна діяльність у сфері транспорту – Н 52,2;

4. Інформація та телекомунікації - J:

- видавнича діяльність – J 58;

- надання інформаційних послуг – J 63;

5. Фінансова та страхова діяльність – К:

- надання фінансових послуг, крім страхування та пенсійного забезпечення - К 64;

- страхування, перестраховання та недержавне пенсійне забезпечення, крім обов'язкового соціального страхування - К 65;

- допоміжна діяльність у сферах фінансових послуг і страхування –К 66.

6. Операції з нерухомим майном - L:

- купівля та продаж власного нерухомого майна – L 68.1;
- надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна - L 68.2;
- операції з нерухомим майном за винагороду або на основі контракту - L 68.3;
- управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту - L 68.32.

7. Професійна, наукова та технічна діяльність – M:

- діяльність у сфері зв'язків із громадськістю – M 70.21;
- консультування з питань комерційної діяльності й керування - M 70.22;
- рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку - M 73;
- рекламна діяльність – M 73.1;
- рекламні агентства – M 73.11; посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації - M 73.12;
- дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки - M 73.2;
- спеціалізована діяльність із дизайну – M 74.1.

8. Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – N:

- оренда, прокат та лізинг – N 77;
- діяльність із працевлаштування - N 78;
- діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність - N 79;
- адміністративна та допоміжна офісна діяльність, інші допоміжні комерційні послуги - N 82;

9. Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування – O:

- державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування - O 84;
- міжнародна діяльність – O 84.21.

10. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – R:

- діяльність із підтримання театральних і концертних заходів – R 90.02;
- діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг - R 93;

11. Надання інших видів послуг – S:

- діяльність організацій промисловців і підприємців, професійних організацій - S 94.1;
- діяльність професійних громадських організацій - S 94.12.

12. Первинні посади за ДКП 003: 2010: «З Фахівці»:

- дилери (біржові торговці за свій рахунок) та брокери (посередники) із заставних та фінансових операцій, код 3411;
- агенти з торгівлі майном, код 3413;
- технічні та торговельні представники, код 3415;
- закупники, код 3416; агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери, код 342;

- брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів, код 3421;
- агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, код 3429;
- помічники керівників підприємств, установ та організацій, код 3436.1;
- помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів, код 3436.2;
- помічники керівників малих підприємств без апарату управління, код 3436.3;
- інші помічники, код 3436.9;
- організатори у сфері культури та мистецтва, код 3476;
- інші фахівці у сфері культури та мистецтва, код 3479;
- організатори діловодства (державні установи), код 34325.1;
- організатори діловодства (види економічної діяльності), код 3435.2 «4 Технічні службовці»: агенти з інформування клієнтів, код 422.

13. «14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів»:

- менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі, код 1452;
  - менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті, код 1453;
  - менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами, код 1453.1;
  - менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами, код 1453.2;
  - менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами, код 1454.;
  - менеджери (управителі) у сфері операцій з нерухомістю для третіх осіб, код 1471;
  - менеджери (управителі) у сфері надання інформації, код 1473;
  - менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки, код 1475.3;
  - менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління, код 1475.4;
  - менеджери (управителі) з реклами, код 1476.1;
14. «24 Інші професіонали»: Професіонали в галузі інформації та інформаційні аналітики, код 2433.2.

**IX. Продовження освіти:** на другому магістерському) рівні вищої освіти

## **X. Порядок оцінювання результатів навчання**

Контроль знань та умінь студентів здійснюється у формі поточного та підсумкового контролю. Оцінювання рівня знань студентів проводиться за рейтинговою системою.

Поточний контроль включає контроль знань, умінь та навичок студентів на лекціях, лабораторних заняттях та під час виконання індивідуальних навчальних завдань, контрольних, розрахункових, курсових робіт.

Підсумковий контроль проводиться у формі екзаменів, заліків підсумкового контролю та випускної атестації.

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 „Маркетинг” здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Процедура перевірки на плагіат визначається ПЗВО „МСУ”.

Порядок та вимоги до оприлюднення визначаються ПЗВО „МСУ”.

Кваліфікаційна робота бакалавра допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджено університетом.

Кваліфікаційна дипломна бакалаврська робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації бакалавра для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видавання диплома.

Кваліфікаційна робота бакалавра є інструментом закріплення та демонстрації сформованих впродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності.

Атестація випускника освітньо-професійної програми „Маркетинг” спеціальності 075 Маркетинг завершується видачею документу.

## **XI. Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання**

На навчання зі спеціальності 075 Маркетинг, приймаються громадяни України, які мають повну загальну середню освіту, за результатами ЗНО, на базі молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра) у відповідності до умов та правил прийому, а також іноземці та особи без громадянства. Абітурієнти повинні мати державний документ про освіту встановленого зразка. Вступники зараховуються на навчання на підставі правил прийому, які затверджують у ПЗВО „МСУ”. Вищий навчальний заклад розробляє вимоги до відбору абітурієнтів у вигляді системи знань, умінь і навичок, які ґрунтуються на вимогах стандарту повної загальної середньої освіти.

## **XII. Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.**



У ПЗВО „МСУ” функціонує 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 регулярно оприлюднення таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та 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 вищого навчального закладу і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

### **XIII. Перелік нормативних документів**

1. Закон України „Про вищу освіту” [Електронний ресурс] //Законодавство України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Международная стандартная классификация образования (МСКО) 2011 [Електронний ресурс] / Інститут статистики ЮНЕСКО, 2013. – 87 с. – Режим доступу: [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-ru\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-ru_0.pdf)

3. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010- К.: Видавництво „Соцінформ”, 2010-746 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>

4. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України від 23 листоп. 2011 р. № 1341 [Електронний ресурс] //Законодавство України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 [Електронний ресурс] //Законодавство України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

6. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [Електронний ресурс] //Законодавство України.

– Режим доступу: [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf)

7. Стандарт вищої освіти України затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>