

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ фаховий молодший бакалавр
СТУПІНЬ:**

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
075 МАРКЕТИНГ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ
ВНЗ «УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА „КРОК”
Голова Вченої ради
С.М. Лаптев
(протокол № 6
від «29» квітня 2021р.)**



Київ – 2021 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Азоян Артем Акопович – викладач циклової комісії з маркетингу, реклами та PR Фахового коледжу Університету «КРОК», старший викладач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК», кваліфікаційна категорія вища.
2. Дьячук Ірина Віталіївна – голова циклової комісії з маркетингу, реклами та PR Фахового коледжу Університету «КРОК».
3. Хорошенюк Андрій Павлович – викладач циклової комісії з маркетингу, реклами та PR Фахового коледжу Університету «КРОК», доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК», кваліфікаційна категорія вища.

Рецензії – відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Стрикун Анна Вікторівна – директор ТОВ «НОРТ Консалтинг».
2. Панасюк Олена Вікторівна – начальник відділу реклами та зв'язків з громадськістю ПАТ «Європейський страховий альянс»

1 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Заклад вищої освіти	ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» Фаховий коледж
Освітньо-професійний рівень	фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Форми здобуття освіти	Денна
Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з маркетингу Згідно стандарту фахової передвищої освіти України від 22.06.2021р. № 703
Професійна кваліфікація	не надається
Кваліфікація в дипломі	Освітньо-професійний ступінь – Фаховий молодший бакалавр з маркетингу Спеціальність – 075 Маркетинг Спеціалізація – не надається Освітньо-професійна програма- Маркетинг
Обсяг освітньо-професійної програми	126 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	
Передумови	
Мова викладання	Українська мова
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 – Мета освітньо-професійної програми	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p>Об’єкт вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних розв’язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти,</p>

	необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма спрямована на надання знань в сфері маркетингу, орієнтована на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції, передбачає здобуття особою загальнокультурної та професійно орієнтованої підготовки, спеціальних умінь і знань, а також певного досвіду їх практичного з метою виконання типових завдань, що передбачені для первинних посад у галузі маркетингу.
Основний фокус освітньої програми	Вища професійна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, ринкові дослідження, комунікаційна діяльність, ціноутворення, організація закупівлі та продажу.
Особливості програми	Унікальність освітньої програми полягає у забезпеченні підвищення рівня знань та навичок з ефективних реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності. Орієнтована на фахову професійну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації, враховуючи умови та виклики сьогодення, за рахунок вивчення спеціалізованих маркетингових дисциплін, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнес-діяльності. Особливістю освітньої програми є направленість вивчення кількості освітніх компонент, які спрямовані на вивчення і прогнозування та оцінки ефективності показників маркетингової діяльності, застосування комп'ютерних програмних продуктів, які використовуються в маркетинговій діяльності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Можливість працевлаштування	Фахівець підготовлений до роботи в галузі економіки за Національним класифікатором України: «Класифікатор видів економічної діяльності» ДК 009:2010: Секція С Переробна промисловість; Секція G Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; Секція К Фінансова та страхова діяльність. Фахівець здатен виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010: 341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі 3411 Дилери 3411 Маклер біржовий 3413 Торговець (власність) 3415 Технічні та торговельні представники 3415 Агент 3415 Агент комерційний 3415 Агент торговельний 3415 Комівояжер 3415 Мерчендайзер

	<p>3419 Організатор із збуту</p> <p>342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери</p> <p>3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів</p> <p>3421 Торговельний брокер (маклер)</p> <p>3429 Агент з комерційних послуг та торговельні брокери</p> <p>3429 Агент рекламний</p> <p>3429 Представник з реклами</p> <p>3439 Інші фахівці в галузі управління</p> <p>3439 Фахівець з інтерв'ювання</p>
Академічні права випускників	Навчання за НРК України – 6 рівень, FQ-ЕНЕА – перший цикл EQF-LLL- 6 рівень
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик.</p> <p>Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, проходження практики, студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення, підготовка до атестаційного екзамену.</p>
Оцінювання	<p>Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен.</p> <p>Атестація – атестаційний екзамен.</p>
6 – Програмні компетентності, які визначені стандартом спеціальності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.
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 застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК. 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p>

	<p>ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p>
Спеціальні компетентності (СК)	<p>СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.</p> <p>СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу</p>
7 – Програмні результати навчання, які визначені стандартом	
<p>ПРН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.</p> <p>ПРН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ПРН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.</p> <p>ПРН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.</p> <p>ПРН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ПРН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.</p> <p>ПРН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.</p>	

ПРН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До викладання залучаються штатні працівники університету, провідні викладачі академічних наукових установ, викладачі-практики, які відповідають кваліфікаційним вимогам відповідно до спеціальності.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності: <ul style="list-style-type: none"> – навчальні мультимедійні аудиторії; – комп'ютерні лабораторії; – бібліотека, у тому числі читальна зала; – спортивні зали; – їдальня; – гуртожиток; – медичний пункт.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Для доступу до навчально-методичного забезпечення дисциплін використовується платформа «Moodle».
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	За програмами академічної мобільності в рамках програм та/або договорів між ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	За програмами академічної мобільності в рамках програм та/або договорів між ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» та закордонними закладами вищої освіти.
Навчання іноземних здобувачів освіти	Згідно з визначеними правилами МОН України та правилами прийому на навчання до ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК».

2 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти (дисципліни) ОП			
1 семестр			
ОД1	Правознавство	3	залік
<i>Загальний обсяг компонентів за 1 семестр</i>		3 кредити	
2 семестр			
ОД2	Здоров'я людини (В т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)	3	залік
<i>Загальний обсяг компонентів за 2 семестр</i>		3 кредити	
<i>Загальний обсяг компонентів за 1 рік</i>		6 кредитів	
3 семестр			
ОД3	Вступ до фаху	3	залік
ОД4	Філософія	3	залік

ОД5	Економічна теорія та економічна історія	3	екзамен
ОД6	Іноземна мова	3	залік
ОД7	Інформаційні та цифрові технології	6	екзамен
<i>Загальний обсяг компонентів за 3 семестр</i>		18 кредитів	
4 семестр			
ОД8	Українська мова за професійним спрямуванням	3	екзамен
ОД9	Історія України та українська культура	3	екзамен
ОД10	Іноземна мова	4	екзамен
ОД11	Курсова робота (3 дисципліни Економічна теорія та економічна історія)	3	залік
ОД12	Вища математика та теорія ймовірностей	5	залік
ОД13	Бухгалтерський облік	3	залік
ОД14	Статистика	3	залік
ОД15	Економіка підприємства	3	залік
ОД16	Навчальна практика. Модуль 1	3	Залік
ОД17	Навчальна практика. Модуль 1	3	Залік
<i>Загальний обсяг компонентів за 4 семестр</i>		33 кредити	
<i>Загальний обсяг компонентів за 2 рік</i>		51 кредит	
5 семестр			
ОД18	Мікроекономіка	3	залік
ОД19	Макроекономіка	3	залік
ОД20	Менеджмент	3	залік
ОД21	Фінанси	3	екзамен
ОД22	Логістика	5	екзамен
<i>Загальний обсяг компонентів за 5 семестр</i>		17 кредитів	
6 семестр			
ОД23	Ринкові дослідження	3	екзамен
ОД24	Розроблення товару	3	екзамен
ОД25	Маркетинг (Курсова робота)	6	екзамен, залік
ОД26	Комунікаційна діяльність	3	залік
ОД27	Курсова робота зі спеціальності	3	залік
ОД28	Виробнича практика	4	залік
<i>Загальний обсяг компонентів за 6 семестр</i>		22 кредити	
<i>Загальний обсяг компонентів за 3 рік</i>		39 кредитів	
<i>Загальний обсяг обов'язкових компонентів</i>		96 кредити	
	Вибіркові компоненти ОП (дисципліни вільного вибору студентів)*		
ДВВС1	Дисципліна вільного вибору	3	залік
ДВВС2	Дисципліна вільного вибору	3	залік
ДВВС3	Дисципліна вільного вибору	4	залік
ДВВС4	Дисципліна вільного вибору	5	залік
ДВВС5	Дисципліна вільного вибору	5	залік
ДВВС6	Дисципліна вільного вибору	6	залік
ДВВС7	Дисципліна вільного вибору	6	залік
ДВВС8	Дисципліна вільного вибору	6	залік
ДВВС9	Дисципліна вільного вибору	6	залік
<i>Загальний обсяг вибірових компонент</i>		30 кредитів	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		126 кредитів	

2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми

I курс		II курс		III курс	
I семестр	II семестр	III семестр	IV семестр	V семестр	VI семестр
Правознавство					
	Здоров'я людини (В т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)				
		Українська мова за професійним спрямуванням			
			Історія України та українська культура		
		Іноземна мова			
		Інформаційні та цифрові технології			Інформаційні системи та технології на підприємстві
		Економічна теорія та економічна історія		Мікроекономіка	
				Фінанси	
				Макроекономіка	

		Економіка підприємства	Планування та організація діяльності підприємства	
		Бухгалтерський облік		Управління витратами
		Ціноутворення		
		Вища математика та теорія ймовірностей		Аналіз економіки підприємства
		Статистика		
	Вступ до фаху		Менеджмент	Маркетинг

3. Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти

Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти	Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі атестаційного екзамену. Атестація здійснюється відкрито і публічно.
Вимоги до кваліфікаційного іспиту	Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

4 МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Шифр	Компоненти	Компетентності загальні (ЗК)							
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8
ОД1	Правознавство	+	+	+	+		+		
ОД2	Здоров'я людини (В т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)		+	+	+		+		
ОД3	Вступ до фаху		+	+	+	+	+	+	+
ОД4	Філософія	+	+		+	+			
ОД5	Економічна теорія та економічна історія (Див. Спеціальні курси)	+	+	+	+	+	+		
ОД6	Іноземна мова за професійним спрямуванням			+				+	
ОД7	Інформаційні та цифрові технології (Див. Інформатика)			+	+	+			
ОД8	Основи PR			+	+	+			+
ОД9	Основи маркетингу			+	+	+			+
ОД10	Українська мова за професійним спрямуванням			+			+		
ОД11	Історія України та українська культура (Див. Історія: Україна і світ (експериментальний інтегрований курс))	+	+		+		+		
ОД12	Курсова робота (З дисципліни Економічна теорія та економічна історія)	+	+	+	+	+			
ОД13	Вища математика та теорія ймовірностей (Див. Спеціальні курси)			+	+				
ОД14	Бухгалтерський облік			+	+	+			
ОД15	Статистика			+	+	+			
ОД16	Економіка підприємства			+	+	+			
ОД17	Ціноутворення			+	+	+			
ОД18	Навчальна практика								
ОД19	Мікроекономіка			+	+	+			
ОД20	Макроекономіка			+	+	+			
ОД21	Менеджмент		+	+	+	+			+

