

УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

«Просування та продаж продукції»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: агент торговельний

Київ, 2016 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Алькема Віктор Григорович – викладач циклової комісії з комерційної та маркетингової діяльності Коледжу економіки, права та інформаційних технологій, доктор економічних наук, професор, кваліфікаційна категорія вища.

2. Пазєєва Ганна Михайлівна – голова циклової комісії з комерційної та маркетингової діяльності Коледжу економіки, права та інформаційних технологій, кандидат економічних наук, доцент кафедри управлінських технологій, кваліфікаційна категорія вища.

3. Червінська Тетяна Миколаївна – завідувач директора Коледжу економіки, права та інформаційних технологій, викладач маркетингу, кваліфікаційна категорія вища.

4. Стрикун Анна Вікторівна – директор ТОВ «НОРТ Консалтинг».

5. Панасюк Олена Вікторівна – начальник відділу реклами та зв'язків з громадськістю ПАТ «Європейський страховий альянс»

**Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»,
спеціалізація «Просування та продаж продукції»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вищий навчальний заклад Університет «КРОК»
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Молодший спеціаліст Агент торговельний
Офіційна назва освітньої програми	Просування та продаж продукції
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом молодшого спеціаліста, одиничний, 124 кредити ЄКТС, термін навчання: 3 роки на базі базової загальної середньої освіти, 2 роки на базі повної загальної середньої освіти
Наявність акредитації	-
Рівень програми	Початковий рівень (короткий цикл) – 5 рівень НРК
Передумови	Наявність базової загальної середньої освіти, наявність повної загальної середньої освіти
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	До 2022 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://library.krok.edu.ua/ua/kategoriji/litsenzuvannia-ta-akredytatsiia
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців в галузі маркетингу, шляхом формування у здобувачів знань вмінь та таких компетентностей у сфері маркетингу з акцентом на критичному мисленні та практичних навичках проведення ринкового дослідження, розвитку компетентностей, необхідних для комунікації, поширення інформації тощо; надати освіту в сфері маркетингу із широким доступом до працевлаштування, підготувати студентів із особливим інтересом до певних областей маркетингу для подальшого навчання.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг Об'єкт вивчення та діяльності: маркетинг на мікро- і макрорівні; Цілі навчання (очікуване застосування набутих компетентностей): підготовка кваліфікованих професіоналів з маркетингу, здатних проводити дослідження, щоб дізнатися про потреби та переваги споживачів; просувати нові товари; визначати оптимальну ціну на товар; вирішувати, де споживачам зручно придбати товари; проводити моніторинг конкурентного середовища, аналіз та прогноз ринків збуту для забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання на ринку. Теоретичний зміст предметної області: поняття і категоріальний апарат маркетингу, маркетингові концепції,

	<p>методи дослідження і принципи маркетингу та їх використання для проведення маркетингових досліджень, аналіз та узагальнення результатів дослідження, пояснення фактів та прогнозування результатів дослідження.</p> <p>Методи, методики та технології:</p> <p>здобувач для застосовування на практиці має оволодіти методами і методикою проведення маркетингових досліджень, ціноутворення, технологіями розробки маркетингових заходів, прямого продажу, стимулювання збуту та ін.</p> <p>Інструменти та обладнання (об'єкти/предмети, пристрої та прилади, які здобувач вчиться застосовувати і використовувати):</p> <p>маркетингові інструменти щодо проведення маркетингових досліджень, впливу на поведінку споживача, формування потреб споживача та ін.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Програма орієнтована на основні функції професійної діяльності фахівців-маркетологів за цією спеціальністю – планувальна, організаційна, мотиваційна, контрольна, зовнішньоекономічна, інформаційно-аналітична, дослідницька. Освітньо-професійна орієнтація програми, базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням сьогоdnішнього стану економіки та бізнес-діяльності, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра в області маркетингу, реклами, підприємництва, менеджменту.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Основний фокус, акценти та завдання програми спрямовані на формування знань, умінь та компетентностей випускників програми щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах.</p> <p>Спеціальність програми полягає у підготовці фахівців для економічних, маркетингових, виробничо-збутових та аналітичних підрозділів підприємств різних організаційно-правових сфер та галузей економіки.</p>
Особливості програми	<p>У процесі навчання забезпечується отримання фундаментальних знань для подальшого навчання на першому освітньому рівні, якісна практико-орієнтована підготовка студентів. Суттєвою перевагою програми є її прикладна спрямованість.</p> <p>Програма передбачає вивчення управлінського, маркетингового, економічного, аналітично-прикладного та економіко-математичного апарату проведення маркетингових досліджень.</p> <p>Особливістю програми є підготовка здобувачів широкого використання інформаційних технологій у маркетинговій діяльності комерційних підприємств та організацій.</p> <p>При реалізації програми значна увага буде надана формуванню маркетингового мислення та комунікаційних навичок для ефективного просування та продажу продукції.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до	Здатність випускників здійснювати підприємницьку діяльність

працевлаштування

на таких первинних посадах:

- керівник: служб та підрозділів в оптовій і роздрібній торгівлі; підрозділів у комерційному обслуговуванні; підрозділів маркетингу; підрозділів у складському господарстві; малих підприємств без апарату управління в оптовій і роздрібній торгівлі; малих підприємств без апарату управління у комерційному обслуговуванні; комерсант, завідувач контейнерного майданчика; агент із торгівлі майном, із комерційних послуг та торговельний брокер; комівояжер; торговельний представник; брокер (посередник) із купівлі-продажу товарів; службовець на складі; заготівельник продукції і сировини; товарознавець; представник з реклами; ревізор комерційний; комірник.

Споріднені первинні посади: керівник підрозділів матеріально-технічного постачання; керівник малого підприємства без апарату управління в промисловості; консультант із ефективності підприємництва.

Професійні компетентності:

- проведення аналізу конкурентних позицій підприємства та оцінювання конкурентної ситуації на ринку товарів та послуг;
- діагностика складових внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища підприємства;
- проведення маркетингового обґрунтування бізнес-плану;
- проведення моніторингу складових маркетингової діяльності;
- обґрунтування ціни на товар;
- здійснювання організації виконання окремих завдань маркетингової діяльності на підприємстві;
- оцінювання складових конкурентоспроможності підприємства та його продукції;
- планування асортименту окремої групи товарів;
- проведення планування збуту товарів;
- планування комунікаційної кампанії;
- планування збутової діяльності підприємства;
- прогнозування кон'юнктури цільового ринку;
- розроблення окремих розділів плану маркетингу;
- розроблення програми просування торгової марки;
- формування медіа-плану рекламної кампанії;
- управління брендом підприємства;
- управління витратами на просування товару.

Професійні можливості:

- приймати ефективні управлінські рішення щодо планування, організації, мотивації та контролю діяльності з просування та продажу продукції;
- аналізувати та розробляти заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- організовувати успішний власний бізнес;
- розуміти мотиви купівельного поведіння споживачів;
- проводити дослідження цінностей, переваг та очікувань споживачів;
- налагоджувати ефективні канали збуту послуг на міжнародному ринку;
- креативно мислити;

	- працювати в команді.
Подальше навчання	Продовження навчання здобувачів вищої освіти для отримання освітнього ступеня «бакалавр»
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемне і практико-орієнтоване навчання. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійні лекції, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійне навчання, індивідуальні заняття тощо. Лекції, практичні заняття, проектна робота в командах, самостійна робота на основі підручників та конспектів, курсові роботи, консультації з викладачами, навчальні, навчально-виробнича та переддипломна виробнича практики, атестація (комплексний екзамен).
Оцінювання	Письмові та усні екзамени, диференційовані заліки; навчальні, навчально-виробнича та переддипломна виробнича практики, підготовка презентацій, творчих робіт, поточний контроль, атестація у формі комплексного екзамену, самооцінка та самоконтроль
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати типові спеціалізовані задачі в маркетингу, професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів відповідної науки і характеризується певною невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1.Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК2.Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях ЗК3. 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 ЗК4. 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 ЗК5. Розуміння та власне осмислення основних світоглядних концепцій і принципів у навчанні і професійній діяльності ЗК6. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел ЗК7. Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань ЗК8. Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми ЗК9. Здатність спілкуватися державною мовою ЗК10.Здатність спілкуватися іноземною мовою ЗК11. Навички міжособистісної взаємодії, вміння працювати автономно та в команді ЗК12.Здатність планувати час та управляти ним ЗК13.Уміння дотримуватись норм здорового способу життя та

	<p>впроваджувати їх у особистій та професійній діяльності</p> <p>ЗК14.Активна участь у поліпшенні стану довкілля, забезпечення здоров'я та гармонійного розвитку людини з високим рівнем якості та безпеки її життя</p> <p>ЗК15.Базові знання в галузі інформатики й сучасних інформаційних технологій, навички використання програмних засобів і навички роботи в комп'ютерних мережах, уміння створювати бази даних і використовувати Інтернет-ресурси</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК1.Здатність застосовувати знання про сучасні досягнення в маркетингу</p> <p>ФК2.Здатність застосовувати принципи енергозбереження у своїй професійній діяльності</p> <p>ФК3.Здатність використовувати навички роботи з комп'ютером та знання й уміння в галузі сучасних інформаційних технологій для вирішення експериментальних і практичних завдань</p> <p>ФК4.Здатність застосовувати знання законодавства та державних стандартів України</p> <p>ФК5.Здатність організувати роботу відповідно до вимог безпеки життєдіяльності й охорони праці</p> <p>ФК6.Знання та володіння методами опису, ідентифікації та класифікації об'єктів виробництва</p> <p>ФК7.Здатність використовувати знання, уміння й навички в галузі теорії і практики управління</p> <p>ФК8.Здатність підтримувати функціонування систем галузевого менеджменту на підприємствах</p> <p>ФК9.Здатність аналізувати існуючі процеси на підприємстві, проектувати сучасні ефективні процеси підприємства з використанням принципів ІТ-технологій</p> <p>ФК10.Здатність використовувати знання і практичні навички щодо техніко-економічного обґрунтування вибору сировини, продукції, товарів, устаткування, технологічних об'єктів та оптимізації їх функціонування</p> <p>ФК11.Уміння застосовувати знання для освоєння теоретичних основ і практичного застосування методів аналізу.</p> <p>ФК12.Уміння застосовувати сучасні експериментальні методи для оцінки якості матеріалів у лабораторних умовах та їх реалізації (продажу)</p>
7 – Програмні результати навчання	
Когнітивна (пізнавальна сфера)	<p>ПРН1.Проводити маркетингові дослідження ринку</p> <p>ПРН2.Володіти сучасним інструментарієм із управління маркетингом</p> <p>ПРН3.Формувати маркетингові інформаційні системи</p> <p>ПРН4.Аналізувати й оцінювати ринкову діяльність підприємства</p> <p>ПРН5.Орієнтуватися в кон'юнктурі ринку</p> <p>ПРН6.Обґрунтовувати рекомендації з асортиментної, збутової та цінової політики підприємства</p> <p>ПРН7. Розробляти маркетингові програми з виведення та просування товару на ринку</p> <p>ПРН8.Здійснювати рекламно-інформаційну діяльність</p> <p>ПРН9. Проводити заходи з PR</p>

	<p>ПРН10.Розробляти заходи з формування торгової марки, бренду</p> <p>ПРН11.Обґрунтовувати напрями з підвищення ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах та ін</p>
Афективна (емоційна) сфера	<p>ПРН12.Володіти державною та іноземною мовою</p> <p>ПРН13.Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами</p> <p>ПРН14.Встановлювати зв'язки з експертами маркетингової та інших галузей;</p> <p>ПРН15.Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття;</p> <p>ПРН16.Проявляти професійну толерантність до виявлення альтернативних принципів;</p> <p>ПРН17.Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості;</p>
Психомоторна сфера	<p>ПРН18.Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній маркетинговій сфері</p> <p>ПРН19.Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях;</p> <p>ПРН20.Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань;</p> <p>ПРН21.Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;</p> <p>ПРН22.Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;</p> <p>ПРН23.Демонструвати виконання професійних завдань у стандартних та невизначених ситуаціях.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Викладачі вищої категорії, кандидати наук, магістри з економіки та маркетингу
Матеріально-технічне забезпечення	Наявність кабінету з маркетингової та комерційної діяльності, комп'ютерної лабораторії з інформаційних систем і технологій у маркетинговій діяльності; комп'ютерні класи, навчальні аудиторії, обладнані сучасними засобами навчання; наявність бібліотечного фонду з фаховими, у т.ч. періодичними виданнями та Інтернет-ресурсами.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Забезпечення доступу здобувачів вищої освіти до Інтернет-ресурсу, наявність пакетів спеціалізованих прикладних ліцензованих програм, наявність науково-методичних комплексів дисциплін, у тому числі електронні версії.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Не передбачено
Міжнародна кредитна мобільність	Не перебачено
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Створення належних умов для забезпечення вимог навчального процесу з іноземними здобувачами вищої освіти

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

од н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, атестація)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
1ГН	Основи філософських знань	5	екзамен
2ГН	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	7,5	екзамен
3ГН	Правознавство	1,5	диф.залік
4ГН	Історія України	3	екзамен
5ГН	Соціологія	1,5	диф.залік
6ГН	Українська мова (за професійним спрямуванням)	1,5	екзамен
7ГН	Культурологія	1,5	диф.залік
8ГН	Фізичне виховання	6	диф.залік
1ФН	Політична економія	3	екзамен
1.ФН.1	Курсова робота з дисципліни Політична	1,5	диф.залік
2ФН	Вища математика	3	екзамен
3ФН	Інформатика і комп'ютерна техніка	3	екзамен
4ФН	Економіка підприємства	3,5	екзамен
5ФН	Фінанси підприємств	3	диф.залік
6ФН	Бухгалтерський облік	4	екзамен
7ФН	Статистика	1,5	диф.залік
8ФН	Основи екології	1,5	диф.залік
9ФН	Безпека життєдіяльності	2	диф.залік
1ПН	Маркетинг	6	диф.залік, екзамен
2ПН	Комунікаційна діяльність	3	екзамен
3ПН	Розроблення товару	6	екзамен
4ПН	Логістика	6	екзамен

5ПН	Ринкові дослідження	4,5	екзамен
6ПН	Організація закупівель та продажів	4,5	диф.залік
7ПН	Ціноутворення	3	диф.залік
8ПН	Електронна комерція	3	диф.залік
9ПН	Інформаційні системи і технології в маркетинговій діяльності	3	екзамен
10ПН	Курсова робота з спеціальності	2,5	диф.залік
11ПН	Практична підготовка		
	11.1ПН. Навчально-виробнича практика "Вступ до фаху"	5,5	диф.залік
	11.2ПН. Навчальна практика з маркетингової діяльності	3	диф.залік
	11.3ПН. Навчальна практика з інформатики та комп'ютерної техніки	3	диф.залік
	11.4ПН. Навчальна практика з інформаційних систем і технологій в маркетинговій діяльності	1,5	диф.залік

	11.5ПН. Виробнича практика	6	диф.залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		114	
Вибіркові компоненти ОПП			
12ПУ	Комерційна діяльність / Страхові послуги	3	екзамен
13ПУ	Гроші та кредит / Податкова система	3	диф.залік
14ПУ	Основи реклами / Менеджмент	1,5	диф.залік
15ПУ	Основи PR / Психологія ділового спілкування	2,5	диф.залік
Загальний обсяг вибірових компонент		10	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		124	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми проводиться у формі комплексного екзамену та завершується видачею диплому молодшого спеціаліста встановленого зразка про присвоєнням кваліфікації агента торговельного.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.