

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Дьячук Ірина Віталіївна – голова циклової комісії з маркетингу, реклами та PR Фахового коледжу Університету «КРОК»;
2. Держак Наталія Олександрівна – викладач циклової комісії з маркетингу, реклами та PR Фахового коледжу Університету «КРОК»;
3. Вайнорес Ірина Григорівна – викладач циклової комісії з маркетингу, реклами та PR Фахового коледжу Університету «КРОК».

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-EHEA – 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 | Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Атестація – атестаційний екзамен. |
| 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 | | | |
| ОК1 | Правознавство | 3 | залік |
| ОК9 | Вступ до фаху | 3 | залік |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 1 семестр</i> | | 6 кредитів | |
| 2 семестр | | | |
| ОК2 | 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> | | 9 кредитів | |
| 3 семестр | | | |
| ОК3 | Економічна теорія та економічна історія | 3 | екзамен |

| | | | |
|--|--|--------------------|---------|
| OK4 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 5 | залік |
| OK5 | Інформаційні та цифрові технології (Інформатика) | 6 | залік |
| OK10 | Основи маркетингу | 3 | залік |
| OK11 | Організація закупівлі та продажу | 6 | залік |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 3 семестр</i> | | 23 кредити | |
| 4 семестр | | | |
| OK6 | Історія України та українська культура | 3 | екзамен |
| OK4 | Іноземна мова за професійним спрямуванням | 5 | екзамен |
| OK7 | Вища математика та теорія ймовірностей | 5 | залік |
| OK8 | Статистика | 3 | залік |
| OK12 | Ціноутворення | 3 | залік |
| OK13 | Основи PR | 3 | залік |
| OK 16 | Українська мова за професійним спрямуванням | 3 | екзамен |
| OK23 | Навчальна практика | 6 | Залік |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 4 семестр</i> | | 31 кредит | |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 2 рік</i> | | 54 кредити | |
| 5 семестр | | | |
| OK17 | Мікроекономіка | 3 | екзамен |
| OK18 | Менеджмент | 4 | залік |
| OK19 | Бухгалтерський облік і фінансова звітність | 4 | залік |
| OK20 | Основи логістики | 4 | екзамен |
| OK21 | Маркетинг | 3 | залік |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 5 семестр</i> | | 18 кредитів | |
| 6 семестр | | | |
| OK26 | Курсова робота зі спеціальності | 3 | |
| OK23 | Практикум з комунікаційної діяльності | 4 | екзамен |
| OK24 | Практикум з ринкових досліджень | 4 | екзамен |
| OK25 | Практикум з розроблення товару | 4 | екзамен |
| OK27 | Виробнича практика | 11 | залік |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 6 семестр</i> | | 26 кредитів | |
| <i>Загальний обсяг компонентів за 3 рік</i> | | 44 кредити | |
| <i>Загальний обсяг обов'язкових компонентів</i> | | 108 кредити | |
| Вибіркові освітні компоненти навчального плану | | | |
| ВК1 | Дисципліна вільного вибору | 4 | залік |
| ВК2 | Дисципліна вільного вибору | 4 | залік |
| ВК3 | Дисципліна вільного вибору | 4 | залік |
| ВК4 | Дисципліна вільного вибору | 4 | |
| <i>Загальний обсяг вибіркових компонент за 5 семестр</i> | | 16 кредитів | |
| <i>Загальний обсяг вибіркових компонент</i> | | 16 кредитів | |
| Загальний обсяг освітньо-професійної програми | | 124 кредити | |

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 |
| OK1 | Правознавство | + | + | + | + | | + | | |
| OK9 | Вступ до фаху | | + | + | + | | + | | |
| OK2 | Здоров'я людини (В т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці) | | + | + | + | + | + | + | + |
| OK3 | Економічна теорія та економічна історія | + | + | | + | + | | | |
| OK4 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | + | + | + | + | + | + | | |
| OK5 | Інформаційні та цифрові технології (Інформатика) | | | + | | | | + | |
| OK10 | Основи маркетингу | | | + | + | + | | | |
| OK11 | Організація закупівлі та продажу | | | + | + | + | | | + |
| OK6 | Історія України та українська культура | | | + | + | + | | | + |
| OK4 | Іноземна мова за професійним спрямуванням | | | + | | | + | | |
| OK7 | Вища математика та теорія ймовірностей | + | + | | + | | + | | |
| OK8 | Статистика | + | + | + | + | + | | | |
| OK12 | Ціноутворення | | | + | + | | | | |
| OK13 | Основи PR | | | + | + | + | | | |
| OK 16 | Українська мова за професійним спрямуванням | | | + | + | + | | | |
| OK23 | Навчальна практика | | | + | + | + | | | |
| OK17 | Мікроекономіка | | | + | + | + | | | |
| OK18 | Менеджмент | | | | | | | | |
| OK19 | Бухгалтерський облік і фінансова звітність | | | + | + | + | | | |
| OK20 | Основи логістики | | | + | + | + | | | |
| OK21 | Маркетинг | | + | + | + | + | | | + |
| OK26 | Курсова робота зі спеціальності | | | + | + | + | | | |
| OK23 | Практикум з комунікаційної діяльності | | + | + | + | + | | | + |
| OK24 | Практикум з ринкових досліджень | | + | + | + | + | | | + |
| OK25 | Практикум з розроблення товару | | + | + | + | + | | | + |
| OK27 | Виробнича практика | | + | + | + | + | | | + |

**5 МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ
НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ
ПРОГРАМИ**

| Шифр | Компоненти | Програмні результати навчання (ПРН) | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|--|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | ПРН1 | ПРН2 | ПРН3 | ПРН4 | ПРН5 | ПРН6 | ПРН7 | ПРН8 | ПРН9 | ПРН10 | ПРН11 | ПРН12 | ПРН13 | ПРН14 | ПРН15 |
| OK1 | Правознавство | + | | | + | | | | | | | + | | | | |
| OK9 | Вступ до фаху | | | | | | | | | | | | | | | |
| OK2 | Здоров'я людини (В т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці) | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| OK3 | Економічна теорія та економічна історія | | | | | | | | | | | | | | | |
| OK4 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | | + | | | + | | | | | | | | | | |
| OK5 | Інформаційні та цифрові технології (Інформатика) | | + | | | | | | | | | | | | | |
| OK10 | Основи маркетингу | | | | | + | | | + | | | | | | | |
| OK11 | Організація закупівлі та продажу | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| OK6 | Історія України та українська культура | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| OK4 | Іноземна мова за професійним спрямуванням | | + | | | | | | | | | | | | | |
| OK7 | Вища математика та теорія ймовірностей | | | | | | | | | | | | | | | |
| OK8 | Статистика | | + | | | + | | | | | | | | | | |
| OK12 | Ціноутворення | | | | | | | | | | | | | | | |
| OK13 | Основи PR | | | | | + | | + | + | | | | | | | |
| OK 16 | Українська мова за професійним спрямуванням | | | + | | + | | + | + | | + | | | | | |
| OK23 | Навчальна практика | + | | + | + | + | + | + | | | + | | + | | | |
| OK17 | Мікроекономіка | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| OK18 | Менеджмент | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| OK19 | Бухгалтерський облік і фінансова звітність | + | | + | + | + | + | + | | | + | | + | | | |
| OK20 | Основи логістики | + | | + | + | + | + | + | | | + | | + | | | |
| OK21 | Маркетинг | + | | + | | + | | | | + | | + | | + | + | |
| OK26 | Курсова робота зі спеціальності | + | | + | + | + | + | + | | | + | | + | | | |

