

**Профіль освітньої програми Маркетинг товарів та послуг і рекламний
бізнес зі спеціальності 075 "Маркетинг"**

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького Факультет інформатики, математики та економіки Кафедра управління та адміністрування
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 "Маркетинг"
Обмеження щодо форм навчання	Денна, заочна
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 "Маркетинг" Освітня програма – "Маркетинг товарів та послуг і рекламний бізнес"
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Методи, методики та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо), методи реалізації функцій маркетингу (методи та технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін), професійні методики та технології. • <i>Інструменти та обладнання</i>: комп'ютерна техніка, сучасні інформаційні та комунікаційні технології (платформа Moodle)
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти та неформальної освіти.
2. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти	
	<ul style="list-style-type: none"> • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; • 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): <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.</p>
3. Мета освітньої програми	
Підготувати маркетологів високого рівня, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з ефективною маркетинговою діяльністю.	
4. Характеристика освітньої програми	

<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Програма освітньо-професійна прикладна. Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу. Уміння збору і обробки первинної та вторинної інформації, прогнозування і моделювання; технологіями і методами проведення маркетингових досліджень; навичками сегментації і позиціонування. Здатність формувати та управляти товарним асортиментом підприємства, впроваджувати оптимальну цінову політику. Володіння навичками проектування і проведення рекламних кампаній, організації, планування й оцінки результатів у рекламі, стимулюванні. Проведення аналізу ринкової ситуації, оцінки споживчої поведінки для вибору оптимальних систем збуту та каналів збуту. Застосування маркетингових інструментів на ринку товарів та послуг. Уміти оцінити результати маркетингової діяльності підприємства.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Загальна освіта зі спеціальності 075 "Маркетинг". Основною метою програми є формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей маркетолога. Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, маркетингова стратегія, маркетинг товарів, маркетинг послуг.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організації, підприємства. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання сучасних методів навчання. Формує маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати інноваційні стратегічні рішення щодо вимог ринку, які швидко змінюються в сучасній економіці.</p>
<p>5. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	

<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Згідно з Національним класифікатором професій ДК 003:2010 (https://hrliga.com/docs/KP-2010_dBz.htm) випускники можуть працювати за такими групами професій: 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 131 Керівники малих підприємств без апарату управління; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 2419.1 Наукові співробітники</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти та неформальної освіти.</p>
<p>6. Викладання та оцінювання</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<p>Викладання здійснюється на засадах студентоцентрованого підходу, технологій самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, індивідуально-творчого підходу з використанням дистанційних освітніх технологій на платформі Moodle. Основними видами навчальних занять є: лекції, лабораторні, семінарські, практичні, індивідуальна робота, дискусії, ділові ігри, проєктні роботи, майстер-класи, консультації. Практична підготовка здійснюється шляхом проходження практики здобувачами на підприємствах, установах, організаціях.</p>
<p>Оцінювання</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти здійснюється за бально-рейтинговою системою, яка включає поточний, періодичний та підсумковий/семестровий контроль знань. Контроль відбувається через усне або письмове опитування, у формі тестових завдань, контрольних робіт, індивідуальних завдань, заліків, екзаменів, захисту звітів з практик, захисту курсових робіт, державної атестації. Система оцінювання базується на принципах об'єктивності, академічної доброчесності, прозорості та адаптації до загальноєвропейських вимог. Передбачено можливості апеляції.</p>

7. 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)

ЗК1. 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.

ЗК2. 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.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

<p>Фахові компетентності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--	--

8. Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p>
--

- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

9. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами,
-----------------------------	---

	внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018).
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення освітньої програми включає навчальні корпуси, гуртожитки, пункти харчування, мультимедійне обладнання, точки безкоштовного доступу до мережі Інтернет, спортивні зали, тощо, у відповідності до вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти відповідає технологічним вимогам ліцензійних умов щодо цього виду діяльності. В університеті працює веб-сайт, на якому розміщена інформація про його діяльність, освітні програми, робочі програми навчальних дисциплін, інформація щодо вступу, вартості навчання, інформація для здобувачів вищої освіти, новини та наукова діяльність. Працює бібліотека. Діє дистанційна освітня платформа. Навчально-методичне забезпечення включає освітні програми, навчальні плани, навчально-методичне забезпечення кожного освітнього компоненту.
8. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здобувачі вищої освіти мають можливість в закладах освіти-партнерах проходити окремі курси, навчатися протягом семестру з подальшим з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів.
Міжнародна кредитна мобільність	Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливо за умови володіння іноземцем українською мовою на рівні, достатньому для засвоєння знань. Протокол АК No 117 від 30 червня 2015 р. (наказ МОН України від 03.07.2015 No1683-л)