

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД „ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА”

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

«Маркетинг»

(назва ОП)

першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 »Маркетинг»
(шифр і назва)
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр і назва)

Кваліфікація: бакалавр маркетингу
(назва)

Форма навчання: денна, заочна
(назва)

Термін навчання: 3 роки 10 місяців
(кількість років)

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ
Голова вченої ради



В. С. Курило

(протокол № 11 від 26.06.2020 р.)

Освітня програма набуває чинності з
01 вересня 2020 р.

В.о. ректора С. В. Савченко
(наказ № 86-ОД від 26.06. 2020 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньої програми
«Маркетинг»
(назва ОП)

першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
(шифр і назва)
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр і назва)


Кваліфікація: бакалавр маркетингу
(назва)

Форма навчання: денна, заочна
(назва)

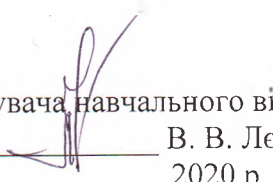
Термін навчання: 3 роки 10 місяців
(кількість років)

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»


_____ Д. В. Ужченко
"_____" _____ 2020 р.

В. о. завідувача навчального відділу


_____ В. В. Леснова
"_____" _____ 2020 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма «Маркетинг» відповідає вимогам чинного Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України від 05.12.2018 №1343).

Розроблено проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:
(шифр і назва спеціальності)

1. Гарант програми (керівник проектної групи) – Чеботарьов Є.В. –к.е.н., доцент кафедри економіки, маркетингу та підприємництва.
2. Чеботарьов В.А., д.е.н., професор кафедри економіки, маркетингу та підприємництва.
3. Штапаук Г.П. – к.е.н., доцент кафедри економіки, маркетингу та підприємництва.

Програму обговорено на засіданні кафедри економіки, маркетингу та підприємництва
(назва кафедри)

Протокол від «16» червня 2020 р. № 11

Програму схвалено на засіданні вченої ради навчально-наукового інституту економіки та бізнесу

(назва навчально-наукового інституту/факультету)

Протокол від «17» червня 2020 р. № 11

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

(шифр і назва)

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», навчально-науковий інститут економіки та бізнесу, кафедра економіки, маркетингу та підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію до 1 липня 2023 року
Цикл/рівень	FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 6 рівень/бакалавр
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 1 липня 2023 року
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://luguniv.edu.ua/?page_id=35136&lang=ru
2. Мета освітньої програми	
<p>Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної соціально орієнтованої маркетингової діяльності у підприємницькій сфері всіх галузей економіки та у забезпеченні засобами предметної діяльності функціонування установ публічного державного сектору.</p> <p>Мета освітньої програми (ОП) детермінуються стратегією ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», основна місія якого полягає в забезпеченні підготовки конкурентоздатних фахівців на основі органічної єдності високоякісного студентоцентрованого навчання, наукової діяльності, розвитку креативності, патріотизму та спрямовану на задоволення потреб ринку праці в регіоні у кваліфікованих фахівцях.</p>	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг» є мультидисциплінарною (як в межах наук економічного профілю, так і на стику економіки з іншими науками), в якій освітні компоненти загальної підготовки складають 43 кредити ЄКТС (17,9 % від загального обсягу ОП), освітні компоненти професійної підготовки складають 197 кредитів ЄКТС (82,1 від загального обсягу ОП), в т.ч. вибіркові освітні компоненти професійної підготовки складають 45 кредитів. Практики, які є складовою професійної підготовки, дорівнюють 19,5 кредиту ЄКТС (8,1% від загального обсягу ОП).</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії</p>

	<p>суб'єктів сучасної ринкової економіки для задоволення їхніх підприємницьких і соціальних інтересів.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної соціально відповідальної маркетингової діяльності у підприємницькій сфері всіх галузей національної економіки та у публічному – державному секторі. • Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом та реалізації статутних цілей організацій публічного сектору в економічній сфері; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу в контексті їх історичних передумов й еволюційного розвитку; 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 маркетингового забезпечення функціонування суб'єктів підприємництва всіх галузей економіки та організацій публічного сектору . • Методи, методики та технології: загальнонаукові, спеціальні методи та методи запозиченні з інших галузей науки; професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної соціально вмотивованої маркетингової діяльності. • Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття, імплементації та презентації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітня програма орієнтована на формування у здобувачів вищої освіти фахових умінь у маркетинговому забезпеченні діяльності суб'єктів підприємництва у торгівельній, виробничій, фінансовій, посередницькій сферах та сфері надання послуг.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Без обмежень подальших прав випускників щодо працевлаштування за фахом у будь-якій сфері виробництва, надання послуг, посередництва чи публічного сектору (або – подальших академічних прав випускників щодо навчання на магістерському рівні освіти), фокус ОП полягає у сфері комплексного маркетингового забезпечення функціонування ринків споживчих товарів і ринків товарів виробничого призначення.
Особливості програми	Особливістю ОП є вивчення проблем маркетингу на ринку товарів і послуг у контексті його функціональних зв'язків з економічними, фінансовими, менеджерськими, медійними, рекламними аспектами діяльності (та сферою PR-зв'язків з громадськістю) суб'єктів сучасного ринку. Унікальність ОП полягає в застосуванні випусковою кафедрою задля досягнення цілей програми досвіду співпраці з міжнародними благодійними організаціями щодо організаційно-консультаційного супроводу їхньої грантової діяльності на Донбасі та досвіду співпраці з університетами країн Європейського Союзу щодо методичного забезпечення навчального процесу, у тому числі – з використанням спільних авторських прав на об'єкти інтелектуальної власності у предметній галузі.

4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з діючим Класифікатором професій фахівці зі спеціальності можуть працювати на таких посадах: 1224 керівник торговельно-економічної місії 1233 керівники підрозділів маркетингу 1234 керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1235 керівники підрозділів матеріально-технічного постачання 2419.2 фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 консультант з маркетингу 2419.2 економіст із збуту 2419.2 фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.3 головний консультант ефективності підприємства
Подальше навчання	За освітніми програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти
5. Викладання та оцінювання	
Викладання навчання	<p>та Визначальними методами освітнього процесу є активні (проблемні методи навчання, ділові ігри, проблемні ситуації, дискусії, тренінги (у тому числі, - фахівців-практиків), із застосуванням методів побудови сценаріїв розвитку економічних систем, „мозкового штурму” та генерації ідей, кейси різного рівня складності тощо. Пасивні репродуктивні методи (роз'яснювально-ілюстративні) використовуються у доповнення до активних.</p> <p>Лекції та практичні заняття супроводжуються розв'язанням проблемних ситуаційних завдань, інтерактивних форм навчання, застосування інформаційно-комунікаційних технологій на основі мережі Інтернету, науково-практичного досвіду, прикладів діяльності конкретних підприємницьких структур країни і регіону тощо.</p> <p>За організаційними формами навчання є таке: дистанційне, колективне та інтегративне.</p> <p>За орієнтацією педагогічної взаємодії навчання поділяється таким чином: позиційне та контекстне навчання, технології співпраці.</p> <p>Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, підготовку наукових праць (статей, доповідей і виступів на наукових та науково-практичних конференціях, залучення студентів до виконання науково-дослідницької роботи кафедри (у тому числі, - з іноземними партнерами та на виконання замовлень міжнародних благодійних організацій).</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних здібностей і підсумкових досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «не зараховано») системами, шкалою навчального закладу за національною шкалою з паралельним оцінюванням та системою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F) в балах (від 0 до 100).</p> <p>У рамках поточного контролю здобувачів вищої освіти на постійній основі оцінюються усні та письмові відповіді; результати комп'ютерних тестувань; захисти з обговоренням презентаційних робіт з використанням інформаційно-медійних технологій; контрольньо-модульні роботи, які проводяться виключно у письмовій формі або у вигляді комп'ютерних тестувань; підсумкове оцінювання (заліки та/або іспити) здійснюється публічно з урахуванням поточної</p>

	<p>роботи студентів та результатів КМР.</p> <p>З метою стимулювання науко-дослідної роботи здобувачів вищої освіти їх участь у конференціях, конкурсах та олімпіадах, написання ними тез і статей (у тому числі, й у співавторстві з викладачами) дає можливість підвищити здобувачам свій рейтинг, який зараховується задля нарахування стипендії та визначення бюджетних місць при вступі до магістратури.</p>
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>ІК. 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.</p>
Загальні компетентності (ЗК)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Фахові компетентності спеціальності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та</p>

	<p>інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7. Дескриптори НРК (за 6-м рівнем, бакалаврським)	
Знання (ЗН)	<p>ЗН1. Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень.</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності.</p>
Уміння (Ум)	<p>Ум1. Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів.</p>
Комунікація (К)	<p>К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності.</p> <p>К2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.</p>
Автономія і відповідальність (АВ)	<p>АВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах.</p> <p>АВ2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності.</p>
8. Програмні результати навчання	

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- 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. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

<p>Принципи та процедури забезпечення якості освіти</p>	<p>В ЛНУ створено систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості). Вона передбачає здійснення таких процедур і заходів, які відповідають принципам Європейського освітнього простору:</p> <p>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 закладу вищої</p>
--	--

	<p>освіти та регулярно оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, 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 дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату; 9) інших процедур і заходів.</p> <p>Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.</p> <p>Безпосередніми процедурами забезпечення якості освітньої програми та освітньої діяльності є такі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формування стратегії, політики і тактичних заходів у сфері забезпечення якості вищої освіти на підґрунті сучасного процесного підходу; - опрацювання механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; - розробка й упровадження стимулюючої системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних робітників; - організація діючої системи підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; - створення необхідних передумов для організації освітнього процесу, у тому числі – для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, за кожною освітньою програмою; - формування та функціонування інформаційних систем для управління освітнім процесом в університеті; - обов'язкова перевірка на плагіат наукових і кваліфікаційних робіт студентів; - обов'язкова перевірка на плагіат наукових і навчально-методичних праць, підготовлених в університеті; - регламентація відповідальності здобувачів вищої освіти і викладачів за порушення академічної доброчесності.
10. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Наявність в ЛНУ кафедри економіки, маркетингу та підприємництва, яка є відповідальною за підготовку здобувачів вищої

	<p>освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».</p> <p>Виконання даної ОП забезпечується достатнім за кількісними та якісними параметрами ресурсним потенціалом науково-педагогічних (педагогічних) працівників, які працюють у ЗВО за основним місцем роботи або сумісництвом і займаються вдосконаленням організаційного та навчально-методичного супроводу навчально-виховного процесу й проходженням різних видів практик; науково-практичними дослідженнями в предметній області діяльності; підготовкою підручників, науково-практичних довідників; навчально-методичних посібників тощо.</p> <p>Всі науково-педагогічні працівники, які є залученими до реалізації ОП мають науковий ступінь у відповідній (та/або спорідненій) галузі, та/або вчені звання, та/або досвід багаторічної практичної діяльності за даною спеціальністю й мають підтверджений рівень наукової та професійної активності.</p> <p>Науково-педагогічні працівники, залучені до провадження ОП, один раз на п'ять років проходять відповідні стажування (у тому числі, - й за кордоном), що підтверджується посвідченнями та сертифікатами.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Достатня забезпеченість: спеціалізованими приміщеннями для проведення лекційних і практичних занять; сучасним мультимедійним обладнанням для використання в навчальних цілях і для проходження практик; комп'ютерними класами з робочими місцями для самостійної роботи здобувачів і викладачів; стендів навчально-дослідної літератури тощо. Наявність розвиненої соціально-побутової інфраструктури: бібліотеки університету, у тому числі - читального залу з комп'ютеризованими робочими місцями; пунктів харчування в приміщеннях університету; актового та спортивного залу, стадіону та спортивних майданчиків; медичного пункту; зон відпочинку студентів тощо. Є достатньою забезпеченість здобувачів вищої освіти гуртожитками.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Наявність супровідного навчально-методичного пакету провадження освітньої програми: опису ОП; навчального плану та відповідної пояснювальної записки; робочої програми щодо кожної дисципліни навчального плану; комплексу навчально-методичного забезпечення за кожною дисципліною плану. Складовою методичного забезпечення навчального процесу є розроблена на кафедрі наскрізна програма практик (з відповідними базами практик). В інформаційному забезпеченні також використовуються можливості віртуального навчального середовища й бібліотечного фонду ЛНУ імені Тараса Шевченка та кафедральних навчально-методичних розробок.</p>
11. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Можлива (на загальних підставах у межах України)
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках двосторонніх міжнародних програм академічної мобільності між окремими закладами вищої освіти, зокрема – на підґрунті гармонізації ОП з програмами кафедр факультету менеджменту Лодзінського університету (Республіка Польща), та у рамках Програми ЄС ERASMUS+ є можливим проходження закордонного навчання студентів спеціальності 075 «Маркетинг» з

	визнанням відповідних результатів (у тому числі, - проходження практик).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе

2. Перелік компонентів освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/роботи, практики робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Освітні компоненти ОП			
ОП 1	Актуальні питання історії української державності та культури	5,0	екзамен
ОП 2	Усна й письмова комунікація та академічна риторика	5,0	залік, екзамен
ОП 3	Іноземна мова за професійним спрямуванням	10,0	2 заліки, 2 екзамени
ОП 4	Філософія	5,0	екзамен
ОП 5	Фізичне виховання	3,0	залік
ОП 6	Політична економія	6,0	екзамен
ОП 7	Історія економіки та економічної думки	6,5	екзамен
ОП 8	Вища математика	6,0	екзамен
ОП 9	Інформаційні системи і технології	6,0	залік
ОП 10	Статистика	6,0	залік
ОП 11	Макроекономіка	6,0	екзамен
ОП 12	Міжнародна економіка	6,0	екзамен
ОП 13	Фінанси, гроші та кредит	6,0	екзамен
ОП 14	Мікроекономіка	6,0	екзамен
ОП 15	Бухгалтерський облік і аудит	6,0	екзамен
ОП 16	Менеджмент	6,0	екзамен
ОП 17	Економіка підприємства	6,0	екзамен
ОП 18	Маркетинг	6,0	екзамен
ОП 19	Підприємництво та бізнес-планування	6,0	екзамен
ОП 20	Маркетингова товарна політика	6,0	екзамен
ОП 21	Маркетингові дослідження	6,0	екзамен
ОП 22	Маркетинг послуг	6,0	екзамен
ОП 23	Маркетинг промислового підприємства	6,0	екзамен
ОП 24	Маркетингові комунікації	6,0	залік
ОП 25	Маркетинг некомерційних організацій	6,0	екзамен
ОП 26	Навчальна практика «Вступ до фаху»	1.5	залік
ОП 27	Підприємницька практика	9,0	диф. залік
ОП 28	Комплексна практика з фаху	9,0	диф. залік
ОП 29	Курсова робота з підприємництва та бізнес-планування	3,0	диф. залік
ОП 30	Курсова робота з маркетингових досліджень	3,0	диф. залік

ОП 31	Курсова робота з маркетингових комунікацій	3.0	диф. залік
ОП 32	Оглядові лекції	1,5	
ОП 33	Підсумкова атестація	1.5	атестаційний екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
1-5	Дисципліна з1-з5	15,0	залік
Цикл професійної підготовки			
1-15	Дисципліни п1-п15	45,0	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Семестр	Освітні компоненти	
I	Усна й письмова комунікація та академічна риторика	
	Іноземна мова за професійним спрямуванням	
	Фізичне виховання	
	Політична економія	
	Історія економіки та економічної думки	
	Вища математика	
	Інформаційні системи і технології	
	Актуальні питання історії української державності та культури	
II	Усна й письмова комунікація та академічна риторика	
	Іноземна мова за професійним спрямуванням	
	Фізичне виховання	
	Статистика	
	Макроекономіка	
	Міжнародна економіка	
	Навчальна практика "Вступ до фаху"	
	Дисципліна з1	
III	Дисципліна з2	
	Фінанси, гроші та кредит	
	Мікроекономіка	
	Бухгалтерський облік і аудит	
	Дисципліна п1	
	Дисципліна п2	
	IV	Дисципліна з3
		Менеджмент
Економіка підприємства		
Маркетинг		
Підприємництво та бізнес-планування		
Курсова робота з підприємництва та бізнес-планування		

V	Дисципліна з4
	Дисципліна з5
	Маркетингова товарна політика
	Маркетингові дослідження
	Курсова робота з маркетингових досліджень
	Дисципліна п3
	Дисципліна п4
	Дисципліна п5
VI	Іноземна мова за професійним спрямуванням
	Філософія
	Маркетинг послуг
	Підприємницька практика
	Дисципліна п6
	Дисципліна п7
	Дисципліна п8
VII	Іноземна мова за професійним спрямуванням
	Маркетинг промислового підприємства
	Маркетингові комунікації
	Курсова робота з маркетингових комунікацій
	Дисципліна п9
	Дисципліна п10
	Дисципліна п11
	Дисципліна п12
VIII	Іноземна мова за професійним спрямуванням
	Маркетинг некомерційних організацій
	Комплексна практика з фаху
	Оглядові лекції
	Підсумкова атестація
	Дисципліна п13
	Дисципліна п14
	Дисципліна п15

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестацію випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводять у формі атестаційного екзамену та завершують видачею документа встановленого зразка про присудження здобувачеві освітнього ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: бакалавр з економіки.

Атестацію здійснюють відкрито й публічно.

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33			
Р 1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
Р 2		+	+	+		+		+		+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		
Р 3			+								+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		
Р 4		+	+					+	+	+				+	+				+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
Р 5											+	+					+	+		+	+			+			+	+		+		+		+	+	
Р 6											+				+			+	+	+		+	+	+			+	+			+	+		+	+	
Р 7								+	+	+					+							+				+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
Р 8								+									+			+	+	+		+	+			+			+		+		+	
Р 9										+					+	+	+	+	+			+							+	+	+	+		+		+
Р 10		+					+		+				+			+	+	+		+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Р 11				+		+						+										+		+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+
Р 12	+				+		+												+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Р 13	+													+		+					+		+					+	+	+						+
Р 14													+					+									+	+	+		+					+
Р 15	+			+		+	+				+	+										+				+			+			+		+		+
Р 16												+						+					+				+		+		+	+	+	+	+	+
Р 17		+	+																					+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Р 18	+	+																						+	+	+			+		+		+			+

**6. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК
(за 6-м рівнем, бакалаврським)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1. Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень. Зн2. Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності.	Уміння Ум1. Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів застосування інноваційних підходів.	Комунікація К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності. К2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.	Автономія та відповідальність АВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах. АВ2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб. АВ3. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8	ЗН1	УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності				

CK1	3H1		K1	
CK2	3H2	УМ1	K1	
CK3		УМ1	K1	
CK4	3H2		K1	АВ2
CK5	3H2	УМ1		
CK6	3H2	УМ1	K1	
CK7	3H2	УМ1	K1	
CK8	3H2	УМ1	K1	АВ1
CK9	3H1		K1	
CK10	3H1	УМ1		
CK11	3H2	УМ1	K1	
CK12		УМ1	K2	АВ1
CK13		УМ1	K1	АВ1
CK14		УМ1	K1	АВ1

7. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Компетентності																												
	Інтегральна	Загальні													Спеціальні (фахові)														
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
Р1						+									+	+											+		
Р2			+			+	+	+	+								+								+				+
Р3							+						+					+						+	+				

