

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ЗВ'ЯЗКУ

**Факультет Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра публічного управління та адміністрування**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор ДУІТЗ
_____ О.А.Назаренко
«__» _____ 2022 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

Рівень вищої освіти	Перший(бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр маркетингу
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг

Розглянуто та схвалено
на засіданні Вченої Ради
протокол № від

Одеса 2021-22рр

Преамбула

ОПП
Рівень вищої освіти
Спеціальність

Маркетинг
Перший(бакалаврський)
075 Маркетинг

Розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 - Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, наказ МОНУ №906 від 10.07. 2019р.

Розробники ОПП

Гарант ОПП – професор кафедри Публічного управління та адміністрування,
д.е.н., професор

Стрій Л.О.

Члени робочої групи:

Завідувачка кафедри ПУтаА, к.е.н., доцент

Бобровнича Н.С.

Доцент каф. ПУА, к.е.н., доцент

Галан Л.Д.

Доцент каф. ПУА, к.е.н., доцент

Щуровська А.

Доцент каф.ПУА, к.е.н., доцент

Лебедєва І.

Освітньо-професійну програму розглянуто та схвалено на засіданні Студентської ради факультету БтаСК , протокол № від 2021р
Голова

Рецензії та відгуки роботодавців

На освітньо-професійну програму надали відгуки:

Назва організації, підприємства тощо	Посада, наукова ступінь та вчене звання,	ПІБ	Підпис	Дата
ТОВ «ТМ Страж»	директор	Завірюха Д.А.		
ТОВ «АТП-2020»	директор	Павлов А.С.		
КП «Обласний інформаційно-аналітичний центр»	директор	Павлов О.В.		

Зміст

Вступ

1. Профіль освітньо-професійної програми
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність
3. Форми атестації здобувачів вищої освіти
4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти
5. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

Пояснювальна записка

ВСТУП

Освітньо-професійна програма (далі – ОПП) підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена на базі стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» у відповідності до місії та стратегії ДУІТЗ. Також враховано найкращі вітчизняні практики, зокрема проаналізовано усі ОПП зі спеціальності 075, які було акредитовано НАЗЯВО на поточний момент. Враховано також і досвід викладення маркетингу в таких провідних світових університетах, як Harvard University, University of Chicago, Massachusetts Institute of Technology, University of California-Berkeley, Princeton University, Columbia University та Stanford University.

Освітня-професійна програма повинна містити: перелік освітніх компонентів; їх логічну послідовність; вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою; кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій), відповідно до ст. 1 "Основні терміни та їх визначення" Закону України "Про вищу освіту".

Освітня-професійна програма використовується під час:

- розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;
- розроблення засобів оцінювання (ідентифікація компетентностей та вимірювання результатів навчання) якості вищої освіти;
- внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки здобувачів;
- атестації здобувачів;
- акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю;
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів спеціальності.

Освітня-професійна програма враховує вимоги Закону України "Про вищу освіту", Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 30.12. 2015 р. № 1187 (у редакції постанови Кабінету міністрів України від 24.03.2021р. №365) і встановлює: обсяг та термін навчання бакалаврів; загальні компетентності; спеціальні компетентності; програмні результати навчання; перелік та обсяг освітніх компонентів для опанування компетентностей освітньої програми.

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі базової вищої освіти, які навчаються в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку;

- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку з спеціальності 075 «Маркетинг»;
- екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг»;
- приймальна комісія ДУІТЗ.

Освітня програма поширюється на випускову кафедру маркетингу для підготовки здобувачів 075 «Маркетинг» факультету Бізнесу та соціальних комунікацій (Б та СК), **Українсько-польського інституту (УПІ)***, Інституту дистанційної та заочної освіти (ДУІТЗ).

1 Профіль освітньо-професійної програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (ДУІТЗ), факультет Бізнесу та соціальних комунікацій Кафедра публічного управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти - Бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня-професійна програма – Маркетинг
Кваліфікація освіти	Бакалавр маркетингу
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	075 Маркетинг
Наявність акредитації	Впроваджується вперше
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців; (4роки)
Цикл/рівень	7 рівень НРК України, перший цикл FQ-EHEA, 6 рівень EQF-LLL
Передумови; Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття освіти	Повна загальна середня освіта або освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст» (ступінь «молодший бакалавр») Обсяг освітньої програми становить: □ на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів освітньої програми ЄКТС; □ на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати

	<p>та пере зарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): 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> <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.</p> <p>нормативний строк підготовки: за денною формою навчання – 3 роки 10 місяців; за заочною формою навчання – 4 роки 8 місяців.</p>
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	ДУІТЗ; https://suitt.edu.ua/universytet/
2 – Мета освітньої програми	
<p>Метою освітньої програми є формування у здобувачів вищої освіти загальних, спеціальних (фахових) і, як підсумок інтегральної, компетентностей, які містяться у Стандарті вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, спеціальність 075 – Маркетинг.</p> <p>Формування та розвиток у бакалаврів маркетингу системи професійних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення завдань маркетингової діяльності; формування сучасного економічного мислення та сукупності загальних та спеціальних компетентностей, які забезпечать знання та вміння проводити ефективну маркетингову діяльність на підприємствах різних форм діяльності випускниками, які здатні самостійно приймати ефективні управлінські рішення, щодо самоосвіти та саморозвитку в умовах цифрової трансформації економічних та соціальних відносин, з використанням сучасних інноваційних маркетингових методів роботи в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації й використовувати сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Зміст освітньої програми орієнтовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю 075 «Маркетинг», визначених стандартом вищої освіти. Освітньо-професійна програма орієнтована на формування знань сутності теорії маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; специфіку діяльності суб'єктів ринку в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації; практичних вмінь розроблення маркетингових стратегій та комплексу маркетингових заходів, що враховують специфіку підприємств сфери інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації. Освітня програма носить прикладний характер та зорієнтована на формування у випускників знань та вмінь проводити ефективну маркетингову діяльність, з урахуванням особливостей функціонування сфери інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації із застосуванням інформаційних технологій та інструментів цифрового маркетингу.
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу, як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової

	<p>діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Методи, методики та технології	<p>Загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Оволодіння спеціальними інноваційними маркетинговими методами в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств; формування у студентів вмій та навичок практичної діяльності з прийняття ефективних маркетингових рішень, вміння проводити маркетингові дослідження в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації, розробляти маркетингові стратегії.</p>
Інструменти та обладнання	<p>Сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Фокус освітньої програми складає система наступних пріоритетів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – фундаментальна теоретична підготовка із гуманітарних, загальноекономічних, фахових дисциплін; – поглиблена підготовка в сфері управління маркетинговими проектами; – поглиблене вивчення інноваційних, інформаційних та цифрових методів та інструментів маркетингу в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації.
Особливості програми	<p>Здобувачі вищої освіти за цією освітньою програмою мають можливість:</p> <ul style="list-style-type: none"> – брати участь в спільних маркетингових програмах прикладного характеру на базах національних операторів зв'язку; – брати участь в програмах міжнародної академічної мобільності, яка реалізується мовами європейського союзу та вимагає необхідного рівня мовної компетентності. (участь в сумісних наукових дослідженнях);

	<p>– набути практичні знання в предметній галузі використання системного аналізу та маркетингових дослідженнях в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації, а також використання інноваційних комунікаційних технологій маркетингової діяльності та інструментів цифрового маркетингу.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Фахівці випускники спеціальності 075 «Маркетинг» вищого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, в наступних розділах підприємства та відділах: маркетингу; постачання; збуту; маркетингових досліджень; міжнародних зв'язків; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, управління фахівцями нижчого посадового рівня.</p> <p>Відповідно до Національного Класифікатора професій ДК003:2010, із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 року № 259, випускники спеціальності 075 «Маркетинг» можуть займати наступні посади:</p> <p>КП 1233 ЗКППТР 21407 Директор комерційний КП 233 ЗКППТР 24028 Начальник відділу збуту (маркетингу) КП 1233 ЗКППТР 23842 Начальник комерційного відділу КП 3415 ЗКППТР Агент торговельний КП 4131 ЗКППТР 20031 Агент з постачання КП 3415 ЗКППТР 20004 Агент комерційний</p> <p>Права випускників на працевлаштування не обмежуються</p>
Подальше навчання	<p>Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Викладання проводиться державною мовою. Лекції, мультимедійні лекції, практичні заняття, курсові та контрольні роботи, самостійна робота на основі підручників, електронних навчальних посібників, конспектів лекцій та масових відкритих онлайн курсів, консультації викладачів, наукові семінари, майстер-класи та тренінги практикуючих спеціалістів, елементи дистанційного (он-лайн, електронного) навчання, проходження практики на профільних підприємствах в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації та в науково-дослідних установах, підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра з використанням інформаційно-комунікаційних технологій на основі Інтернету, електронної бібліотеки ДУІТЗ.
Оцінювання	Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів вищої освіти розроблені у відповідності до чинного законодавства та затверджені у «Положенні про організацію освітнього процесу у ДУІТЗ». Оцінювання проводиться під час контрольних заходів, які сформовані в університеті. Методи оцінювання – екзамени, тести, практика, контрольні, курсові роботи, есе, презентації, співбесіда.
6 – 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)	<p>ЗК01. 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>ЗК02. 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>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p>

	<p>ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК09. 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>
<p>Стандартні спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК09. 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 кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
Додаткові спеціальні компетентності	<p>СК15. Здатність проводити ефективну маркетингову діяльність в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації в умовах цифрової трансформації економічних та соціальних відносин.</p> <p>СК16. Здатність здійснювати маркетинговий супровід діяльності підприємств регіону, зокрема аутсорсингових та ІТ-компаній, які працюють в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації.</p>
7 – Програмні результати навчання	
Стандартні	<p>РН01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН04. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН05. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>РН06. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>РН07. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р08. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового</p>

	<p>середовища.</p> <p>Р09. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>РН15. 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.</p> <p>РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
Додаткові	<p>РН19. Вміти будувати конкурентну карту, визначати структуру та динаміку ринку інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації для моделювання його розвитку.</p> <p>РН20. Знати та вміти використовувати сучасні інструменти промислового маркетингу та маркетингу послуг в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації.</p> <p>РН21. Знати специфіку маркетингової діяльності інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комунікації в умовах цифрової трансформації суспільства.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	

Кадрове забезпечення	<p>Кадрове забезпечення ОПП формується, в основному за рахунок кафедри ПУтаА, а також до викладання дисциплін залучаються також інші кафедри факультету БтаСК та інших факультетів університету. Усі викладачі за своєю академічною або професійною кваліфікацією відповідають дисциплінам, за якими вони проводять заняття. Відповідність визначається згідно до «Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».</p> <p>Кількісний та якісний склад групи відповідають Ліцензійним вимогам. До навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької / управлінської / інноваційної роботи та/або роботи за фахом.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, в тому числі включає в себе навчальні аудиторії та спеціалізовані кабінети, лабораторії, центри, зали, бібліотека, пункт харчування, стадіони, гуртожитки.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності включає в себе бібліотечні ресурси, електронні навчальні ресурси, сайт ДУІТЗ та сайт кафедри, платформа дистанційного навчання MOODLE на яких розміщена основна інформація щодо освітньої діяльності.</p> <p>Всі дисципліни навчального плану забезпечені інформаційними та навчально-методичними матеріалами та розміщені у системі дистанційного навчання Moodle у т.ч. доступом до електронної бібліотеки ДУІТЗ.</p> <p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку.</p> <p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>Університет надає доступ до мережі Wi-Fi та Інтернет, впроваджена інформаційна система підтримки освітнього процесу .</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Здійснюється на підставі укладення угод про співробітництво між ДУІТЗ та ЗВО України з перерахуванням кредитів ЄКТС.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Академічна мобільність регламентується Постановою КМУ № 579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12 серпня 2015 року</p>

	У рамках програм ЄС Еразмус+ на основі спільних договорів між ДУІТЗ та університетами партнерами. Здійснюється на підставі укладання угод між ДУІТЗ та групою ЗВО різних країн за узгодженими та затвердженими у встановленому порядку індивідуальними навчальними планами студентів та програмами навчальних дисциплін, а також в межах міжурядових угод про співробітництво в галузі освіти, міжнародних проектів, в яких Університет бере участь, грантів та ін
Навчання іноземців	Передбачає навчання іноземних здобувачів

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

2.1 Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	кред и тів	семестр	Форма підсумкового контролю екзамен/залік /КР/КП		
1 ОBOB'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ						
1.1 Цикл загальної підготовки						
ОЗП 01.01	Психологія	4	3.1.		3.1	
ОЗП 01.02	Вища математика	8	1.1., 1.2.	1.2	1.1	
ОЗП 01.03	Іноземна мова	9	1.1., 1.2., 2.1	2.1	1.1 1.2	
ОЗП 01.04	Економічна теорія	9	1.1., 1.2	1.2	1.1	КР
ОЗП 01.05	Інтелектуальні технології в маркетингу (Вступ до фаху: практична підготовка)	4	1.1	1.1		
ОЗП 01.06	Статистика	6	2.1.	2.1		КР
ОЗП 01.07	Філософія	4	1.2.		1.2	
ОЗП 01.08	Українська мова з професійного спрямування	6	1.1	1.1		
ОЗП 01.09	Мікроекономіка	5	1.2.	1.2		
ОЗП 01.10	Макроекономіка	5	1.2.	1.2		
ОЗП 01.11	Фізичне виховання*		1.1., 1.2.,2.1	1.1 2.1	1.2	
ОЗП 01.12	Сучасні теорії маркетингу	4	1.1.	1.1		
ОЗП 01.13	Політологія та соціологія	5	1.1	1.1		
Всього за цикл 1.1.		69				

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	кред и тів	семестр	Форма підсумкового контролю екзамен/залік /КР/КП		
1.2 Цикл професійної підготовки						
ОПП 02.01	Економіка електронних комунікацій	4	2.1.		2.1	
ОПП 02.02	Маркетинг	8	2.1., 2.2	2.2	2.1	КР
ОПП 02.03	Маркетингові дослідження	4	2.2.		2.2	
ОПП 02.04	Маркетинг послуг електронних комунікацій	3	4.2	4.2		
ОПП 02.05	Маркетингове ціноутворення	3	2.2	2.2		
ОПП 02.06	Маркетингові комунікації	4	2.2.		2.2	
ОПП 02.07	Інформаційно-комунікаційні технології в маркетингу	4	1.2.	1.2		
ОПП 02.08	Цифровий маркетинг	4	3.1.		3.1	
ОПП 02.09	Графічний дизайн в маркетингу	3	3.2.	3.2		
ОПП 02.10	Маркетинг соціальних мереж	3	4.1.	4.1		
ОПП 02.11	Логістика	4	3.2.	3.2		КР
ОПП 02.12	Поведінка споживачів	4	3.1.		3.1	
ОПП 02.13	Міжнародний маркетинг	5	3.1.	3.1		
ОПП 02.14	Маркетинг інновацій в сфері ІКТ та ЕК	4	4.1.	4.1		
ОПП 02.15	Методи прийняття рішень в маркетингу	4	3.2.		3.2	
ОПП 02.16	Управління конкурентним середовищем	3	4.2.	4.2		КР
ОПП 02.17	Проектний аналіз в маркетингу	4	3.2.	3.2		
ОПП 02.18	Управління маркетинговими проектами	4	4.1.	4.1		КР
ОПП 02.19	Менеджмент	4	2.2		2.2	
Всього за цикл 1.2.		76				
1.3 Цикл практичної підготовки						
ОПП 03.01	Навчальна практика (Вступ до фаху практична підготовка)					
ОПП 03.02	Виробнича практика	9				
ОПП 03.03	Переддипломна практика	4				
ОПП 03.04	Атестація (Дипломна практика)	6				
Всього за цикл 1.3.		19				
2 ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ						
2.1 Вибір дисциплін із каталогу (студент обирає дисципліни на відповідну кількість кредитів – ... кредитів)						
ВК 01.01	Маркетинг стартап-проектів в сфері ІКТ та ЕК	3	4.2.	4.2		
ВК 01.02	Маркетинг територій	4	3.2	3.2		
ВК 01.03	Маркетинг державних послуг	4	3.1.	3.1		
ВК 01.04	Системний аналіз в маркетингу	5	3.1.	3.1		КР
ВК 01.05	Маркетингова товарна політика	5	2.1		2.1	
ВК 01.06	Маркетинговий аудит	4	4.1		4.1	
ВК 01.07	Глобальний маркетинг	3	4.1.		4.1	
ВК 01.08	Бренд-менеджмент	3	4.2.		4.2	

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	кред и тів	семестр	Форма підсумкового контролю екзамен/залік /КР/КП		
ВК 01.09	Реклама та зв'язки з громадськістю	3	4.2.	4.2		
ВК 01.10	Економіко-статистичні методи в маркетингу	4	3.1.	3.1		
ВК 01.11	Тарифоутворення в сфері електронних комунікацій	4	2.2	2.2		
ВК 01.12	Інвестування в маркетингу	4	4.1.		4.1	
ВК 01.13	Бухгалтерський облік бюджетних установ	4	3.2.		3.2	
ВК 01.14	Ризикологія	4	4.1.	4.1		
ВК 01.15	Маркетингова збутова політика	4	3.2.		3.2	
ВК 01.16.	Веб-дизайн	3	4.2.		4.2	
ВК 01.17	Основи наукових досліджень	3	4.2.		4.2	
ВК 01.18	Організація баз даних та знань	5	2.1			
ВК 01.19	Інтернет речей	3	2.1.			
ВК 01.20	Методи та системи штучного інтелекту	4	2.2			
Всього за цикл 2.1.		76				
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів		max 180 (164)				
Загальний обсяг вибіркового освітніх компонентів		min 60 (76)				
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОГРАМИ		240	7200			

* позакредитна дисципліна

2.3. Структурно-логічна схема ОП

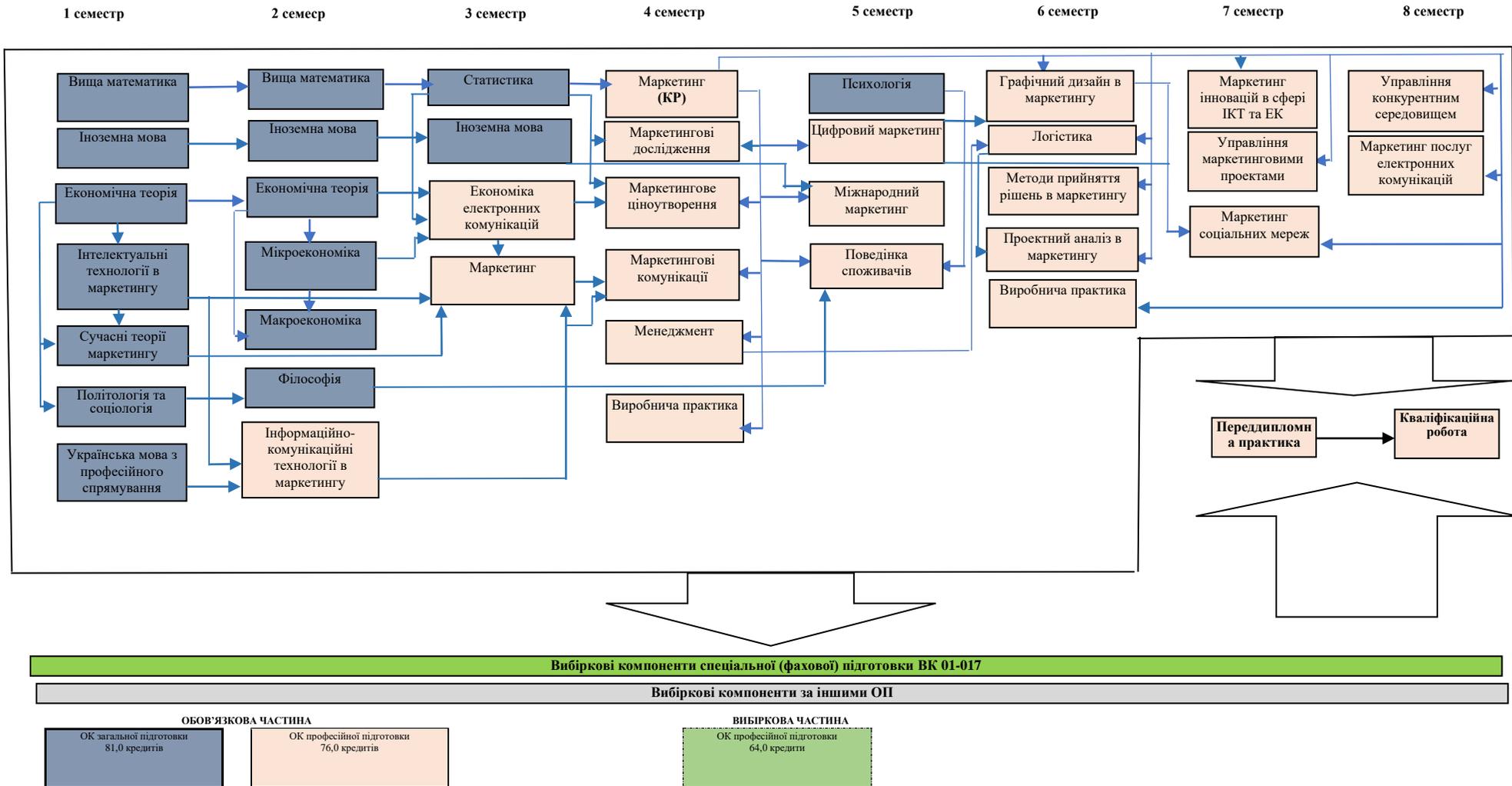
Дисципліни з інших освітніх програм

семестри – 3-8

В 3-8 семестрах здобувачі можуть обрати навчальні дисципліни з навчальних планів інших освітніх програм загальним обсягом до 64 кредитів ЄКТС.

Структурно-логічна схема ОП може бути представлена у наступному вигляді:

Структурно-логічна схема ОП бакалавра. Короткий опис логічної послідовності вивчення компонент освітньої програми



Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні компетентності													
		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
ПРН 1						+									+	+											+		
ПРН 2			+			+	+	+	+									+								+			+
ПРН 3							+						+					+					+	+					
ПРН 4								+	+								+			+	+								+
ПРН 5			+			+														+	+						+		+
ПРН 6			+			+	+	+										+	+	+	+								+
ПРН 7									+																+	+	+		
ПРН 8			+	+		+	+								+				+				+	+			+		
ПРН 9						+	+																+				+	+	+
ПРН 10								+	+	+							+										+	+	+
ПРН 11			+			+	+					+							+	+		+				+	+	+	+
ПРН 12				+			+					+					+		+										
ПРН 13					+									+									+						+
ПРН 14				+	+		+					+					+												+
ПРН 15	+	+											+	+														+	
ПРН 16				+		+								+				+	+										+
ПРН 17											+					+											+		
ПРН 18		+	+											+													+		

3 Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачою документів встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра з присвоєнням освітньої кваліфікації: бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форма атестації	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства. Має бути перевірена на плагіат відповідно до «Положення про запобігання академічному плагіату у ДУІТЗ».

4. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку складається з таких процедур і заходів, передбачених законом «Про вищу освіту»:

- 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 освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, 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.

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.

Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності затверджено Вченою радою ДУІТЗ, протокол від 23.12.2021 р. № 8 та введено в дію **наказом ректора від** **р. №** .

5 Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>. 11
6. Стандарт вищої освіти підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 – Маркетинг.
К.: МОНУ. – 2018. – 13 с. – режим доступу: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni_standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdfmarketing-bakalavr.pdf
7. Глосарій. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу, 22.01.2020 р.:
<https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/01/%d0%93%d0%bb%d0%be%d1%81%d0%b0%d1%80%d1%96%d0%b9.pdf>

7. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2016 № 600 (зі змінами, внесеними згідно з наказами МОН України від 21.12.2017 р. №1648 та від 01.10.2019 р. № 1254).

8. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / Авт.-уклад.: В.М. Захарченко, С.А. Калашнікова, В.І. Луговий, А.В. Ставицький, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К.: ТОВ Видавничий дім «Плеяди», 2014. – 100 с.

9. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджене Наказом Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 року № 977. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 08 серпня 2019 р. за №880/33851. [Електронний ресурс]. – режим доступу:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19>.

10. Стандарт вищої освіти. Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Ступінь «бакалавр». Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг» (Затверджений та введений в дію Наказом МОН № 1343 від 05.12.2018р.) Київ, 2018. 12 с. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva><https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/zatverdzeni-standarti-vishoyi-osviti>

Пояснювальна записка

Освітньо-професійна програма містить програмні компетентності, що визначають специфіку підготовки бакалаврів зі спеціальності 075«Маркетинг» та програмні результати навчання, які виражають те, що студент повинен знати, розуміти та бути здатним виконувати після успішного завершення освітньої програми. В таблицях 1-4 наведені матриці відповідності визначених освітньою програмою результатів навчання (компетентностей) та освітніх компонентів.

Вибіркові компоненти студенти обирають самостійно із банку дисциплін вільного вибору, який затверджується Вченою радою ДУІТЗ кожного навчального року відповідно до Положення про вільний вибір навчальних дисциплін студентами ДУІТЗ (ел.адрес)

<https://iq.vntu.edu.ua/repository/getfile.php/1027.pdf> ?????

Обговорення змісту освітньої програми або можливості використання матеріалів освітньої програми поза освітнім простором ДУІТЗ здійснюється з членами робочої групи та гарантом ОПП –

Гарант освітньої програми професор
кафедри ПУА,
доктор економічних наук, професор