

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

«Marketing»

№ 2-13-12

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету
інтелектуальних технологій і зв'язку
(протокол від 10 липня 2023 р. № 4)

Освітньо-професійна програма (оновлена)
вводиться в дію з 01 вересня 2023 р.

Ректор

Олександр НАЗАРЕНКО
(наказ від 10 липня 2023 р. № 01-02-125)



Одеса 2023

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
зі спеціальності 075 Маркетинг
за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

ВНЕСЕНО

Кафедрою маркетингу, менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Протокол від 01 березня 2023 р. № 7

Завідувач кафедри



Віктор ЗАМЛИНСЬКИЙ

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету Бізнесу та соціальних
комунікацій
01 березня 2023 р.



Олена ЧУКУРНА

ПОГОДЖЕНО

Начальник відділу ліцензування
та акредитації
12 червня 2023 р.



Юлія ШТОВБА

ПОГОДЖЕНО

Навчально-методичною радою Державного
університету інтелектуальних технологій і
зв'язку
Протокол від 15 червня 2023 р. № 6



Голова

Анатолій ЛОЖКОВСЬКИЙ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Публічне управління інноваційними та інформаційними екосистемами»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги з підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування зі спеціальності 075 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII, Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, що затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, затверджена та введена в дію рішенням Вченої ради ДУІТЗ від 28 грудня 2021 р., протокол № 5.

1. Внесено: маркетингу, менеджменту, публічного управління та адміністрування

2. Затверджено та надано чинності рішенням ученої ради Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку, протокол від 10 липня 2023 р. № 4.

3. Розроблено робочою групою у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Чукурна Олена Павлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, менеджменту, публічного управління та адміністрування.

Члени робочої групи:

- Кухарська Наталія Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри Маркетингу, менеджменту, публічного управління та адміністрування;
- Тардаскіна Тетяна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри Маркетингу, менеджменту, публічного управління та адміністрування.

4. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Каргаполов Юрій Володимирович, голова правління ГО «Українсько відділення всесвітньої інтернет спільноти (ISOC)»;

Завірюха Д.А. – директор ТОВ «ТМ Страж»;

Павлов О.В. – директор КП «Обласний інформаційно-аналітичний центр».

Освітньо-професійну програму розроблено відповідно до:

Законів України «Про вищу освіту» (від 01 липня 2014 р. № 1556-VII; в редакції від 26 лютого 2021 р.) і «Про освіту» (від 05 вересня 2017 р. № 2145-VIII; в редакції від 01 січня 2021 р.);

Постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» (від 30 грудня 2015 р. № 1187; в редакції від 03 травня 2020 р. № 180); «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» (23 листопада 2011 р. № 1341; в редакції від 5 червня 2020 р. № 519); «Про особливості запровадження переліку знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (від 29 квітня 2015 р. № 266; із змінами, внесеними згідно з наказом МОН від 06 листопада 2015 р. № 1151);

Листом Міністерства освіти і науки України № 1/9-239 від 28 квітня 2017 р. (Примірний зразок освітньо-професійної програми для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів);

Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 075 Маркетинг (затверджено та введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343);

**1. Профіль освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
зі спеціальності 075 Маркетинг**

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку кафедра «Маркетингу, менеджменту, публічного управління та адміністрування»
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	<p>Диплом бакалавра; Додаток до диплома бакалавра європейського зразка Обсяг освітньої програми становить:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 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; – на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.
Наявність	Не акредитована

акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, EQF-LLL – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти, освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра, освітнього ступеня бакалавра.
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До повного завершення періоду навчання та акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програм	https://suitt.edu.ua/

2 – Мета освітньої програми

Формування та розвиток у бакалаврів маркетингу системи професійних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення завдань маркетингової діяльності, з використанням сучасних цифрових маркетингових інструментів в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронних комунікацій та використовувати сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи та сервіси, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності)).	<p>Галузь знань 07 Управління та адміністрування</p> <p>Спеціальність 075 Маркетинг</p> <p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та</p>
---	---

	<p>спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми й спеціалізації.	<p>Фокус освітньої програми складає система наступних пріоритетів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – фундаментальна теоретична та практична підготовка із гуманітарних, загальноекономічних, фахових дисциплін; – поглиблене вивчення інноваційних, інформаційних та цифрових методів та інструментів маркетингу в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронних комунікацій <p><i>Ключові слова:</i> маркетингова діяльність, цифровий маркетинг, інформаційні інструменти в маркетингу, цифрові методи в маркетингу, маркетинг в інформаційно-комунікаційній сфері.</p>
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 практики ІТ-компаній, операторів зв'язку та підприємств інших секторів економіки; – брати участь в програмах міжнародної академічної мобільності, в том числі, участь в сумісних наукових дослідженнях; – набути практичні знання в предметній галузі в частині використання інструментарію проведення маркетингових досліджень в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронних комунікацій, а також використання інноваційних комунікаційних технологій маркетингової діяльності та інструментів цифрового маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування й подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник освітнього рівня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця та займати посади, пов'язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та

	<p>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</p> <p>КП 233 ЗКППТР 24028 Начальник відділу збуту (маркетингу)</p> <p>КП 1233 ЗКППТР 23842 Начальник комерційного відділу</p> <p>КП 3415 ЗКППТР Агент торговельний</p> <p>КП 4131 ЗКППТР 20031 Агент з постачання</p> <p>КП 3415 ЗКППТР 20004 Агент комерційний</p> <p>Права випускників на працевлаштування не обмежуються</p>
Подальше навчання	<p>Можливість продовження навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання й оцінювання	
Викладання й навчання	<p>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.</p>
Оцінювання	<p>Екзамени, лабораторні звіти, есе, презентації, поточний контроль, реферативні, розрахункові, розрахунково-</p>

	графічні, курсові роботи і проекти. Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту, заліків та випускної атестації у формі проведення атестаційного іспиту або кваліфікаційної роботи
6 – Програмні компетентності (ПК)	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
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>
Спеціальні (фахові),	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати

<p>предметні) компетентності (СК)</p>	<p>отримані (фахові) 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 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 інноваційній 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>
<p>7 – Програмні результати навчання (ПРН)</p>	
<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного</p>	

інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 15. 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.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	До реалізації освітньо-професійної програми залучені науково-педагогічні працівники, які є визнаними професіоналами з досвідом науково-педагогічної та маркетингової діяльності, практики (начальники відділів маркетингу, практикуючі фахівці в сфері цифрового маркетингу), а також відомі міжнародні вчені та
-----------------------------	--

	<p>експерти.</p> <p>Кадрове забезпечення відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для першого рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу; залучення до аудиторних занять професіоналів практиків, експертів галузі).</p>
<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ЗВО, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (чинний) в редакції від 23.05.2018 р. №347.</p> <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>
<p>Інформаційне й навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний і змістовний контент. Інформаційне забезпечення освітньої програми здійснюється бібліотекою, репозитарієм та онлайн ресурсами (https://suitt.edu.ua/library; https://suitt.edu.ua/naukometrichni-bazi-danih; https://metod.suitt.edu.ua).</p> <p>Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та іноземними періодичними фаховими виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді є достатньою для ефективної реалізації освітньої програми. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю. Наявність офіційного веб-сайту Університету (https://suitt.edu.ua), на якому розміщено основну інформацію про його діяльність (структура; ліцензії; сертифікати про акредитацію; освітня, наукова, міжнародна, організаційна діяльність; структурні підрозділи та їх склад; правила прийому, контактна інформація і т. ін.). Наявність в Університеті електронного ресурсу, що містить 100% навчально-методичних матеріалів з дисциплін навчального плану освітньо-професійної програми.</p> <p>Наявність авторських розробок науково-педагогічних працівників, які долучені до групи забезпечення освітньо-професійної програми.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення освітньо-</p>

	<p>професійної програми складається з: навчального плану, силабусів навчальних дисциплін, робочих програм навчальних дисциплін; навчально-методичних матеріалів до навчальних дисциплін; програми та методичних матеріалів до практичної підготовки, методичні матеріали до виконання кваліфікаційних робіт.</p> <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> <p>Наявність доступу до української науково-освітньої мережі «УРАН», підключення до Європейської мережі науки і освіти «GEANT».</p>
9 – Академічна мобільність	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>У межах реалізації освітньо-професійної програми здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг надається можливість скористатися освітніми пропозиціями вітчизняних Університетів-партнерів, з якими ДУІТЗ підписано відповідні меморандуми та угоди про академічну мобільність, зокрема Національним університетом «Одеська політехніка», Одеським національним технологічним університетом, Луцьким національним технічним університетом, Державним університетом біоресурсів та ін.</p> <p>Визначення результатів навчання за програмами кредитної мобільності здійснюється на основі узгоджених з університетами-партнерами навчальних планів та/або їх окремих частин (кредитних модулів, навчальних дисциплін) та на основі Європейської</p>

	кредитної трансферно-накопичувальної системи.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність здійснюється відповідно до нормативно-правових документів з цієї діяльності з міжнародними Університетами-партнерами та стейкхолдерами проєктів і програм технічної допомоги Україні, наказів ректора тощо, за такими напрямками: програми обміну, подвійного диплому, стипендіальні програми, програми стажування/практики, проєктна діяльність і т. ін.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Прийом на навчання іноземних здобувачів здійснюється за «Правилами прийому на навчання для здобуття вищої освіти в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку» https://suitt.edu.ua/pravyla-pryjomu . Для іноземних громадян навчання здійснюється англійською мовою, українська мова вивчається як іноземна. Також студенти-іноземці можуть навчатися в групах зі студентами-громадянами України на загальних підставах після закінчення вивчення курсу з української мови. На загальних умовах та вивчені освітнього компоненту «Українська мова як іноземна»

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

2.1. Перелік освітніх компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ (ОК)			
ОК-1	Історія українського державотворення	4	екзамен
ОК-2	Соціологія	5	залік
ОК-3	Вища математика	5	екзамен
ОК-4	Практична підготовка: Вступ до фаху	6	екзамен
ОК-5	Ділова українська мова	4	залік
ОК-6	Іноземна мова	8	залік
ОК-7	Політологія та право	5	залік
ОК-8	Загальна психологія	6	екзамен
ОК-9	Економічна теорія	6	екзамен
ОК-10	Філософія	4	екзамен
ОК-11	Інформаційно-комунікаційні технології	5	екзамен
ОК-12	Основи здорового способу життя	6	залік
ОК-13	Економіка підприємства*	6	екзамен
ОК-14	Менеджмент*	4	екзамен

ОК-15	Економіко-математичні методи та моделі*	4	залік
ОК-16	Маркетинг*	4	екзамен
ОК-17	Психологічні аспекти поведінки споживачів	4	залік
ОК-18	Маркетингові дослідження	4	екзамен, КР
ОК-19	Статистика*	6	залік
ОК-20	Тренінг-курс Продакт-менеджмент та маркетинг*	6	залік, КР
ОК-21	Е-комерція та Web-дизайн*	6	екзамен
ОК-22	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства*	6	екзамен
ОК-23	Цифровий маркетинг*	4	залік
ОК-24	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК-25	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК-26	Менеджмент інформаційної безпеки та маркетингової інформації*	6	залік, КР
ОК-27	Логістика*	5	екзамен
ОК-28	Маркетингові комунікації	5	залік
ОК-29	Копірайтинг*	5	екзамен
ОК-30	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОК-31	Маркетинг соціальних мереж	6	екзамен
ОК-32	Практика (виробнича, переддипломна)	12	залік
ОК-34	Кваліфікаційна (бакалаврська) робота, Атестація	9	публічний захист
Загальний обсяг Обов'язкових компонент		180 кредитів ЄКТС 5400 акад. год.	13 заліків 19 екзаменів
Загальний обсяг Вибіркових компонент (10 дисциплін по 6 кредитів ЄКТС)		60 кредитів ЄКТС 1800 акад. год.	0 екзаменів 10 заліків
Усього:		240 кредитів ЄКТС 7200 акад. год.	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Складові програми	Таймінг навчання протягом 3 років 10 місяців (за семестрами)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Обов'язкові та вибіркові компоненти теоретичної підготовки	ОК 1 /4	ОК 6 /4	ОК 12/4	ОК 19/6	ОК 22/6	ОК 26/6	ОК 30/6	
	ОК 2 /5	ОК 7 /5	ОК 13/6	ОК 20/6	ОК 23/4	ОК 27/5	ОК 31/6	
	ОК 3 /5	ОК 8 /6	ОК 14/4	ОК 21/6	ОК 24/4	ОК 28/5		
	ОК 4 /6	ОК 9 /6	ОК 15/4		ОК 25/4	ОК 29/5		
	ОК 5 /4	ОК 10/4	ОК 16/4					
	ОК 6/4	ОК 11/5	ОК 17/4					
	ОК12/2		ОК 18/4					
			ВК1 /6 ВК2 /6	ВК3 /6 ВК4 /6	ВК5 /6	ВК6 /6 ВК7 /6 ВК8 /6	ВК9 /6 ВК10 /6	
Практична підготовка						ОК 32/3		ОК32 /9
Атестація								ОК33/1
Кількість кредитів ЄКТС	30	30	30	30	30	30	30	30

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. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	Загальні компетентності (ЗК)														Спеціальні (фахові) компетентності (ЗК)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
OK1					+						+																	
OK2	+	+												+														
OK3		+				+																						
OK4				+		+																						
OK5				+					+			+																
OK6										+			+															
OK7	+	+										+																
OK8		+	+											+														
OK9		+				+																						
OK10		+	+																									
OK11						+			+																	+		
OK12		+									+																	
OK13											+	+								+							+	
OK14				+								+															+	

OK20	+		+		+	+	+	+	+		+	+				+	+	
OK21			+			+	+	+			+	+				+		
OK22			+					+	+	+	+				+			
OK23			+			+	+	+			+	+				+		
OK24		+	+	+	+	+			+	+	+		+	+		+		
OK25		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		
OK26	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+			+		
OK27			+	+	+	+					+			+		+		
OK28	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+						+	
OK29		+	+			+		+	+		+	+		+		+		
OK30							+	+		+								
OK31		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		
OK32	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK33	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK34	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK35	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6. Характеристика системи внутрішнього забезпечення якості підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку складається з таких процедур і заходів, передбачених Законом України «Про вищу освіту»:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, науково-педагогічних працівників ЗВО та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЗВО або на інформаційних стендах;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів першого рівня вищої освіти, за освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників ЗВО і здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

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.

7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Закон України «Про вищу освіту». <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 (в редакції 02.07.2020). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
4. Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) освітньо-професійного рівня вищої освіти, що затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 266 "Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти" (редакція від № 1392 від 16.12.2022). Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text>.
6. Постанова КМУ № 579 "Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність" від 12 серпня 2015 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2015-%D0%BF>.
7. Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010", затверджений наказом Держспоживстандарту від 28.07.2010 р. (редакція від 18.08.2020 р.). <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10/ed20150301>
8. Положення про організацію освітнього процесу в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022 № ВР 01-02-126.
9. Наказ Міністерства освіти і науки України від «01» червня 2016 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 01.10.2019 р. № 1254) «Про внесення змін до методичних рекомендацій щодо розроблення

стандартів вищої освіти». http://edumns.org.ua/img/news/8635/NakMON_1254_19.pdf.

10. A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. -Bilbao, Groningen and The Hague, 2010.
11. OECD (2011), "Tuning-AHELO Conceptual Framework of Expected and Desired Learning Outcomes in Economics", OECD Education Working Papers, No. 59, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5kghtchwb3nn-en>
12. Reference Points for the Design and Delivery of Degree Programmes in Business. Publicaciones de la Universidad de Deusto Apartado 1 – 48080 Bilbao, 2009. <https://www.unideusto.org/tuningeu/publications/253-reference-points-for-the-design-and-delivery-of-degree-programmes-in-business.html>
13. Процедура з розроблення освітніх програм в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022р. № ВР 01-02-126.
14. Положення про порядок організації вивчення вибіркових освітніх компонентів в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022 № ВР 01-02-126.
15. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022 № ВР 01-02-126.
16. Наказ Міністерства праці та соціальної політики України «Про затвердження Випуску 1 "Професії працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності" Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників» від 29.12.2004 № 336 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show>.

Гарант освітньої програми



Олена ЧУКУРНА