



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА **(тимчасова)**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ перший (бакалаврський)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ бакалавр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг

ХАРКІВ, 2016

I. Преамбула

1. РОЗРОБЛЕНО

Методичною комісією Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Голова методичної комісії:

Пономаренко В. С., д.е.н., проф., ректор ХНЕУ імені С. Кузнеця.

2. ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Освітньо-професійна програма вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти затверджена та введена в дію Наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця від 01.03.2016 р. №46/1 у відповідності до рішення вченої ради університету від 29.02.2016 р. Протокол №8.

3. ВВЕДЕНО ВПЕРШЕ

4. РОЗРОБНИКИ ОПП

Проектна група (Наказ ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця від 14.01.2016 р. №21):

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми) - к.е.н., доцент кафедри економіки і маркетингу Притиченко Т. І.

Члени проектної групи:

Рубан В. В., к.е.н., доц.;

Рожко В. І., к.е.н., доц.

II. Загальна характеристика

Тимчасова освітньо-професійна програма створена за відсутності Стандарту вищої освіти на основі використання таких положень Закону України «Про вищу освіту»:

1) ст. 1, п. 1. 17 - освітня програма (освітньо-професійна, освітньо-наукова) – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає: вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою; перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення; кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми; очікувані результати навчання, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти;

2) ст. 10, п. 3 - стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми: обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей); форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

3) ст. 5, п.1 - перший (бакалаврський) рівень передбачає здобуття особою теоретичних знань та практичних умінь і навичок, достатніх для успішного виконання професійних обов'язків за обраною спеціальністю.

4) ст. 1 п. 1.13 - компетентність визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти;

5) ст. 1 п. 1.19 - результати навчання - сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих особою у процесі навчання за певною освітньо-професійною, освітньо-науковою програмою, які можна ідентифікувати, кількісно оцінити та виміряти.

На підставі цих положень прийнята (за термінологією Закону України «Про вищу освіту») така структура освітньої програми:

- обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
- перелік компетентностей випускника;
- нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;
- структура програми підготовки бакалаврів;
- форми атестації здобувачів вищої освіти;
- вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;
- перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

Рівень вищої освіти	FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень / Бакалавр
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Професійна(і) кваліфікація(ї) (тільки для регульованих професій)	Не є регульованою
Кваліфікація в дипломі	Бакалавр зі спеціальності Маркетинг
Опис предметної області	- об'єкт(и) вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів; - цілі навчання: підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності; - теоретичний зміст предметної області ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу, маркетингу промислового підприємства, бренд-менеджменту, сучасних інформаційних технологій в маркетингових дослідженнях. - методи, методики та технології: бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його ефективної маркетингової діяльності. - інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та здійснення маркетингових управлінських рішень
Академічні права випусників	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-ЕНЕА, 7 рівня EQF LLL та 7 рівня НРК.
Працевлаштування випусників (для регульованих професій обов'язково)	За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випусники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Обсяг освітньої програми підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг складає:
на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС,
на базі початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти – 180 кредитів ЄКТС.

Термін навчання:

денна форма - три роки 10 місяців;

заочна форма - чотири роки 10 місяців.

Обсяг кредитів ЄКТС для здобуття ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Цикли підготовки	Кількість кредитів ECTS
Цикл загальної підготовки	39 (16 %)
Цикл професійної підготовки	164 (68 %)
Цикл практичної підготовки та державна атестація	37 (16 %)
Освітня програма бакалавра за циклами на базі повної загальної середньої освіти:	240 (100 %)
у т.ч. варіативна складова	60 (25 %)

Вибіркова складова освітньо-професійної програми складається з :

- непрофільних дисциплін (MINOR COURSE, ELECTIVE COURSES);
- дисциплін професійного спрямування (MAJOR COURSE, ELECTIVE COURSES).

Непрофільні дисципліни (MINOR COURSE, ELECTIVE COURSES) обираються студентами із загального переліку навчальних дисциплін Університету (пул вибірових дисциплін ХНЕУ ім. С. Кузнеця).

ELECTIVE COURSES – окремі варіативні дисципліни загальним обсягом 5 кредитів ЄКТС. Для загального циклу такими дисциплінами можуть бути:

- дисципліни соціально-гуманітарного спрямування (наприклад: «Соціологія», «Політологія», «Психологія», «Риторика», інші);
- дисципліни технологічного спрямування (наприклад: «Концепції сучасного природознавства», «Системи технологій промисловості», «Основи екології», інші).
- дисципліни правового спрямування (наприклад: «Господарське право», «Трудове право», «Цивільне право» та інші).

MINOR COURSE – це блок з чотирьох взаємопов'язаних дисциплін непрофільного для студента напряму підготовки, що вивчаються послідовно на 2, 3 курсах. Загальний обсяг MINOR COURSE складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

Дисципліни професійного спрямування (MAJOR COURSE, ELECTIVE COURSES) пропонуються випусковими кафедрами. У сукупності MAJOR COURSE визначає профілізацію підготовки та може пропонуватися у вигляді пакету навчальних дисциплін.

IV. Перелік компетентностей випускника

Вид компетентності	Зміст компетентності
1	2
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій усіх форм власності та видів економічної діяльності, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю маркетингового середовища та умов господарювання.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання, аналізу, синтезу та встановлення взаємозв'язків між явищами та процесами. ЗК2. Здатність до застосовування загальнонаукових та фундаментальних знань в практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення, знання та розуміння предметної області професійної діяльності. ЗК3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей з метою пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК4. Здатність до навчання, адаптації, креативності, генерування ідей та дій в новій ситуації ЗК5. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні з метою обґрунтування управлінських рішень. ЗК6. Здатність працювати в команді та автономно, налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань. ЗК7. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово. ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК9. Здатність працювати в міжнародному середовищі ЗК10. Здатність діяти соціально-відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК1. Здатність щодо визначення та ідентифікування концептуальних характеристик загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання. СК2. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК4. Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг, інтерпретувати їх результати з метою обґрунтування управлінських рішень. СК5. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати маркетингових досліджень. СК6. Здатність аналізувати поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей. СК7. Здатність щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.

1	2
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК8. Здатність щодо визначення потреб клієнтів за допомогою ринкових досліджень. СК9. Здатність щодо використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств. СК10. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК11. Здатність розробляти та реалізовувати план маркетингу на підприємстві. СК12. Здатність щодо маркетингового обґрунтування інвестиційних (інноваційних) проектів. СК13. Здатність оцінювати імідж підприємства та обґрунтовувати заходи з його підвищення. СК14. Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх ефективності. СК15. Здатність щодо аналізу маркетингового середовища та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень. СК16. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК17. Здатність щодо обґрунтування управлінських рішень з маркетингу на основі аналізу прибутку та витрат. СК18. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність. СК19. Здатність щодо визначення цін на продукцію підприємства та обґрунтування цінової стратегії. СК20. Здатність формувати програму лояльності споживачів на основі концепції соціально-відповідального маркетингу.

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**Таблиця 1 Пояснювальної записки**).

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Шифр	Програмні результати навчання
1	2
РН1	Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в наукових дослідженнях та практичній діяльності підприємств
РН2	Застосовувати набуті загальнонаукові та фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
РН3	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
РН4	Показати належний рівень знань методів та прийомів адаптації, розроблених у психології та соціології, сучасних досягнень у заданій сфері та застосовувати набуті знання для оцінки впливу об'єктивних факторів оточення, генерування ідей в новій ситуації та знаходження нових креативних підходів до вирішення відомих проблем та завдань

1	2
PH5	Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
PH6	Розробляти запитальник (анкету), ставити цілі дослідження, проводити аналіз та інтерпретацію результатів дослідження
PH7	Показати знання процесів групової динаміки та принципів формування команди, на основі яких аналізувати та проектувати міжособові, групові й організаційні комунікації; проявляти терпимість щодо точок зору інших, йти на компроміс, здійснювати вагомий внесок в роботу команди, навіть всупереч особистим інтересам
PH8	Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології
PH9	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
PH10	Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
PH11	Оцінювати та аналізувати стан та закономірності розвитку міжнародного середовища.
PH12	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності.
PH13	Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
PH14	Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.
PH15	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
PH16	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
PH17	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
PH18	Показати знання сучасних методів обробки маркетингової інформації, програмного забезпечення та вміння використовувати їх для рішення практичних маркетингових завдань.
PH19	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
PH20	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
PH21	Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
PH22	Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства

СТРУКТУРА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування,
спеціальність: 075 Маркетинг

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Структура, %
	кредитів ЄКТС	годин	
ЗАГАЛЬНИЙ ЦИКЛ	39	1170	16 %
<i>БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>	24	720	10 %
<i>ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>	15	450	6 %
ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ	164	4920	68 %
<i>БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>	119	3570	50 %
<i>ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>	45	1350	18 %
ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ	23	690	10 %
ДЕРЖАВНА АТЕСТАЦІЯ	14	420	6 %
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :	240	7200	100%
<i>в тому числі: варіативна складова</i>	60	1800	25%

ЗАГАЛЬНИЙ ЦИКЛ			
<i>БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>			
Українська мова (за професійним спрямуванням)	5	150	Екзамен
Іноземна мова	9	270	Залік, Екзамен
Соціально-економічна історія України	5	150	Екзамен
Філософія	5	150	Екзамен
Фізичне виховання			Залік
РАЗОМ БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ :	24	720	□
<i>ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (ELECTIVE COURSES)</i> (студенти мають обрати варіативні навчальні дисципліни із загальноуніверситетського пулу)			
Соціально-психологічна дисципліна	5	150	Залік
Технологічна дисципліна	5	150	Залік
Правова дисципліна	5	150	Екзамен
РАЗОМ ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ :	15	450	□
РАЗОМ ЗАГАЛЬНИЙ ЦИКЛ :	39	1170	□

ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ			
<i>БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>			
Математичний аналіз та лінійна алгебра	5	150	Екзамен
Дослідження операцій та методи оптимізації	5	150	Екзамен
Інформатика	5	150	Екзамен
Теорія ймовірності та математична статистика	5	150	Екзамен
Статистика	5	150	Екзамен
Економетрика	4	120	Залік
Політична економія	5	150	Екзамен
Мікроекономіка	4	120	Залік
Макроекономіка	4	120	Залік
Економіка України	4	120	Залік
Світове господарство і міжнародні економічні відносини	5	150	Екзамен
Економіка підприємства	4	120	Екзамен
Гроші та кредит	5	150	Екзамен
Фінанси	5	150	Екзамен
Бухгалтерський облік	5	150	Екзамен
Менеджмент	5	150	Екзамен
Маркетинг	4	120	Екзамен
Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	120	Екзамен
Міжнародний маркетинг	5	150	Екзамен
Маркетингова товарна політика	5	150	Екзамен
Маркетинг промислового підприємства	4	120	Екзамен
Маркетингове ціноутворення	4	120	Екзамен
Маркетингові комунікації	5	150	Екзамен
Поведінка споживача	4	120	Екзамен
Маркетингові дослідження	5	150	Екзамен
Курсова робота з економіки підприємства (2 курс)	1	30	Курсова робота
Курсова робота з маркетингу (2 курс)	1	30	Курсова робота
Курсова робота з маркетингу промислового підприємства (4 курс)	1	30	Курсова робота

РАЗОМ БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ :	119	3570	☐
<i>ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>			
МАЙНОР (або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР) (MINOR COURSE) (студенти мають обрати варіативні навчальні дисципліни із загальноуніверситетського пулу)			
Навчальна дисципліна за вибором студента	5	150	Залік
Навчальна дисципліна за вибором студента	5	150	Залік
Навчальна дисципліна за вибором студента	5	150	Залік
Навчальна дисципліна за вибором студента	5	150	Залік
ВСЬОГО МАЙНОР :	20	600	☐
МЕЙДЖОР «УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ» (MAJOR COURSE) (студенти мають обрати варіативні навчальні дисципліни відповідно до своєї спеціалізації)			
Управління витратами та прибутком	5	150	Екзамен
Управління товарними марками	5	150	Залік
Інвестування	5	150	Екзамен
Сучасні інформаційні технології в наукових та маркетингових дослідженнях	5	150	Залік
Соціально-відповідальний маркетинг	5	150	Залік
МЕЙДЖОР «МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ПОСЛУГ» (MAJOR COURSE) (студенти мають обрати варіативні навчальні дисципліни відповідно до своєї спеціалізації)			
Рекламний бізнес у сфері послуг	5	150	Екзамен
Маркетинг у сфері міжнародних послуг	5	150	Екзамен
Оцінка ефективності інновацій	5	150	Залік
Бренд-менеджмент	5	150	Залік
Маркетинг у банківській сфері	5	150	Залік
ВСЬОГО МЕЙДЖОР :	25	750	☐
РАЗОМ ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ :	45	1350	☐
РАЗОМ ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ :	164	4920	☐
ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Навчальна практика «Університетська освіта»	1	30	Залік
Ознайомлювальна практика	1	30	ЗВІТ
Тренінг-курс «Безпека життєдіяльності»	2	60	Залік
Тренінг-курс «Основи охорони праці»	2	60	Залік
Виробнича практика	3	90	ЗВІТ
Комплексний тренінг	2	60	ЗВІТ

Науково-дослідна практика	3	90	ЗВІТ
Переддипломна практика	9	270	ЗВІТ
РАЗОМ ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ :	23	690	□
ДЕРЖАВНА АТЕСТАЦІЯ			
Державний екзамен з іноземної мови	2	60	Екзамен
Підготовка та захист дипломної роботи	12	360	Дипломна робота
РАЗОМ ДЕРЖАВНА АТЕСТАЦІЯ :	14	420	□

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі: - державного кваліфікаційного іспиту з іноземної мови у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України; - публічного захисту бакалаврської дипломної роботи за спеціальністю 075 «Маркетинг».
Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця розробляє та затверджує: 1) положення про Державну екзаменаційну комісію (ДЕК); 2) порядок перевірки бакалаврських дипломних роботи на плагіат; 3) нормативи унікальності текстів бакалаврських дипломних робіт. Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється ДЕК, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Бакалаврська робота є закінченим науковим дослідженням, вона повинна мати внутрішню єдність та свідчити про підготовленість автора до виконання професійних обов'язків з використанням набутих інтегрованих знань, умінь і практичних навичок. Державній екзаменаційній комісії (ДЕК) обов'язково подаються матеріали, що характеризують наукову (творчу) і практичну цінність виконаної роботи, – довідка про апробацію результатів дослідження та/або тези доповідей на науково-практичних конференціях тощо. Бакалаврська дипломна робота допускається до захисту перед ДЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений Харківським національним економічним університетом імені Семена Кузнеця. Вимоги до бакалаврської дипломної роботи: Бакалаврська дипломна робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації бакалавра для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним

	документом, на підставі якого ДЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома. Бакалаврська дипломна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності. Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату, дипломні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.
Вимоги до публічного захисту (демонстрації)	До захисту бакалаврської роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики, стажування з фаху (для студентів денної форми навчання), у встановлений термін пройшли нормоконтроль. Випускник захищає дипломну роботу публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає: – оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; – виступ випускника; – запитання до автора роботи; – відповіді випускника; – обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту робіт; – рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації випускнику. Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації із використання мультимедійної техніки.

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

Принципи та процедури забезпечення якості освіти	Принципи забезпечення якості освіти: • відповідальність за якість вищої освіти, що надається; • забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;
---	--

	• забезпечення якості сприяє розвитку культури якості; • забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, усіх інших стейкхолдерів та суспільства. Процедурами забезпечення якості освіти є: • розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти; • розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; • розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами. • організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; • формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою; • створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; • оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; • розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти; • інших процедур і заходів.
Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм	Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, слід інформувати всі зацікавлені сторони. Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання: • змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері маркетингу, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам; • потреб суспільства, що змінюються; • навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми; • ефективності процедур оцінювання студентів; • очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання; • навчального середовища відповідності меті і змісту програми; • якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти. Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів.
Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти	Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне: • оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері; • критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь; • оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати

	ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання; • оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи; • процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини; • оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур; • наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти.
Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників	Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах: • обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації; • прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації; • моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійної діяльності; • обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; • оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.
Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу	Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів. При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби різноманітного студентського контингенту (такого як студенти: з досвідом, заочної форми навчання, працюючі, іноземні, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.
Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.
Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг» публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.

Запобігання та виявлення академічного плагіату	Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, базується на таких принципах: • дотримання загальноприйнятих принципів моралі; • демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм; • повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності; • дотримання норм законодавства про авторське право; • посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей; • самостійне виконання індивідуальних завдань. У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у ХНЕУ ім. С. Кузнеця положень та норм.
--	--

Спеціальні вимоги до зарахування: Набір на спеціальність освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного тестування.

Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та здібності до оволодіння знаннями, вміннями й навичками в галузі загальнооекономічних та фахових наук.

Профіль програми: Програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання.

Робиться акцент на здатності здійснювати маркетингову, організаційно-економічну, управлінську діяльність на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності. Первинні посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня.

Ключові результати навчання: підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.

Фахівець підготовлений до роботи в галузях економіки за ДК 009:2010:

Код	Назва	NACE (Rev. 1.1)	ISIC (Rev. 4)
70	Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування		70
70.1	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)		701
70.10	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)	74.15	7010
70.2	Консультування з питань керування		702
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	74.14	7020
70.22	Консультування з питань комерційної діяльності й керування	05.01	7020
		74.14	7020
73	Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку		73
73.1	Рекламна діяльність		731
73.11	Рекламні агентства	74.40	7310
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	74.40	7310
73.2	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки		732
73.20	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки		7320

Бакалавр зі спеціальності 075 Маркетинг здатний виконувати професійні роботи за Державним класифікатором професій ДК 003:2010:

Код КП	Професійна назва роботи
1234	Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)
1475	Менеджер (управитель) з маркетингу
1475.4	Менеджер (управитель) із збуту
1476.1	Менеджер (управитель) з реклами
2419.1	Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)
	Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)
2419.2	Консультант з маркетингу
	Рекламист
	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
	Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою
	Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку

ІХ. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця проводить підготовку бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Діяльність вищого навчального закладу провадиться на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить вищий навчальний заклад, органів управління вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів).

Перелік використаних джерел

1. Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII «Про вищу освіту».
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 «Про затвердження національної рамки кваліфікацій».
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.15 року № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».
4. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти».
5. Класифікація видів економічної діяльності : ДК 009:2010. – На заміну ДК 009:2005 ; Чинний від 2012-01-01. – (Національний класифікатор України);
6. Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010 // Видавництво "Соцінформ", – К.: 2010.
7. 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. ISBN 978-966-2432-22-0.
8. Проект Стандарту вищої освіти України освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mon.gov.ua/content/.../07/.../075-marketing.do..
9. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти – <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>.
10. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд - http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf.
11. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації – http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf.

Пояснювальна записка

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених ОПІ компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономність та відповідальність
Загальні компетентності				
ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання, аналізу, синтезу та встановлення взаємозв'язків між явищами та процесами.	+	+		
ЗК2. Здатність до застосовування загальнонаукових та фундаментальних знань в практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення, знання та розуміння предметної області професійної діяльності.	+	+		
ЗК3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей з метою пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	+	+		
ЗК4. Здатність до навчання, адаптації, креативності, генерування ідей та дій в новій ситуації		+	+	+
ЗК5. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні з метою обґрунтування управлінських рішень.	+	+	+	
ЗК6. Здатність працювати в команді та автономно,			+	+

налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань.				
ЗК7. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.	+		+	+
ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.			+	+
ЗК9. Здатність працювати в міжнародному середовищі		+	+	+
ЗК10. Здатність діяти соціально-відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.	+	+	+	+
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
СК1. Здатність щодо визначення та ідентифікування концептуальних характеристик загальноєкономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.	+	+		
СК2. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	+	+		
СК3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	+	+		
СК4. Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг, інтерпретувати їх результати з метою обґрунтування управлінських рішень.	+	+		+
СК5. Здатність обґрунтовувати,		+	+	+

презентувати і впроваджувати результати маркетингових досліджень.				
СК6. Здатність аналізувати поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей.		+	+	+
СК7. Здатність щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.	+	+	+	
СК8. Здатність щодо визначення потреб клієнтів за допомогою ринкових досліджень.	+	+	+	+
СК9. Здатність щодо використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств.	+	+		
СК10. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.		+	+	+
СК11. Здатність розробляти та реалізовувати план маркетингу на підприємстві.	+	+	+	+
СК12. Здатність щодо маркетингового обґрунтування інвестиційних (інноваційних) проектів.	+	+		+
СК13. Здатність оцінювати імідж підприємства та обґрунтовувати заходи з його підвищення.	+	+	+	+
СК14. Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх ефективності.		+		+
СК15. Здатність щодо аналізу маркетингового середовища та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень.		+	+	+

СК16. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.		+	+	+
СК17. Здатність щодо обґрунтування управлінських рішень з маркетингу на основі аналізу прибутку та витрат.		+	+	+
СК18. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.	+	+	+	+
СК19. Здатність щодо визначення цін на продукцію підприємства та обґрунтування цінової стратегії.	+	+		+
СК20. Здатність формувати програму лояльності споживачів на основі концепції соціально-відповідального маркетингу		+	+	+

Матриця відповідності визначених ОПП результатів навчання та компетентностей

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.																														
РН20. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	+																				+	+								
РН21. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	+																						+	+	+					
РН22. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства	+																											+	+	+

