

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Протокол № 6 від 21.01.2019 р.

Голова Вченої ради

Ректор _____ В. С. Пономаренко

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Перший (бакалаврський)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бакалавр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 Маркетинг

Харків, 2019

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 ім. С. Кузнеця.

2. Затверджено та надано чинності

Освітньо-професійну програму «Фінансовий маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» затверджено та введено в дію Наказом ректора Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця від 23.01.2019 р. № 46 у відповідності до рішення Вченої ради університету від 21.01.2019 р. (протокол № 6).

3. Введено вперше

4. Розробники ОПП

Внукова Н. М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління фінансовими послугами;

Медведєва І. Б., кандидат економічних наук, доцент кафедри управління фінансовими послугами;

Корват О. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри управління фінансовими послугами.

II. Загальна характеристика

<i>Рівень вищої освіти</i>	Перший (бакалаврський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Бакалавр
<i>Галузь знань</i>	07 – Управління та адміністрування
<i>Спеціальність</i>	075 – Маркетинг
<i>Освітня програма</i>	Фінансовий маркетинг
<i>Освітня кваліфікація</i>	Бакалавр маркетингу
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма – Фінансовий маркетинг
<i>Опис предметної області</i>	<i>Об'єкти вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах та у фінансових установах усіх форм власності. <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 підприємств та фінансових установ на товарних та ринках фінансових послуг; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та елементів маркетингового комплексу задля формування ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємств та фінансових установ. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
<i>Академічні права випускників</i>	Можливість продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти; набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»

<i>Обсяг освітньо-професійної програми бакалавра</i>	На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; На базі ступеня «молодший бакалавр» – 120 кредитів ЄКТС (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
--	---

Термін навчання:
денна форма – три роки 10 місяців;
заочна форма – чотири роки 10 місяців.

Вибіркова складова освітньо-професійної програми містить такі елементи.

Непрофільні дисципліни (ELECTIVE COURSES, MINOR COURSE) обираються студентами із пулу вибірових дисциплін ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

ELECTIVE COURSES – окремі варіативні дисципліни загальним обсягом п'ять 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 та ін.);

дисципліни правового спрямування (наприклад: «Господарське право», «Трудове право», «Цивільне право» та ін.).

MINOR COURSE – це блок з чотирьох взаємопов'язаних дисциплін непрофільного для студента напрямку підготовки, що вивчаються послідовно на другому та третьому курсах та становлять 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
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність комплексно розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств та фінансових установ усіх форм власності в умовах невизначеності зовнішнього середовища їх функціонування, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу
<i>Загальні компетентності</i>	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Вид компетентності	Зміст компетентності
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг», сформульований у термінах результатів навчання

Результати навчання
РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності підприємствами та фінансовими установами. РН2. Аналізувати і прогнозувати динаміку товарних ринків та ринків фінансових послуг на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу

Результати навчання

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки як суб'єктів управління такими системами, так і споживачів товарних та ринків фінансових послуг.

РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності та їх взаємозв'язки в системі управління функціонуванням підприємств та фінансових установ, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності підприємствами та фінансовими установами та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності підприємствами та фінансовими установами, гнучко адаптуватися до змін їх маркетингового середовища.

РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища підприємств та фінансових установ при прийнятті управлінських рішень.

РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції підприємств та фінансових установ.

РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

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.

РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності

Зазначені програмні компетентності та результати навчання, які окреслюють, що саме студент повинен знати, розуміти та бути здатним виконувати після успішного завершення освітньої програми, узгоджені між собою та відповідають дескрипторам Національної рамки кваліфікацій. Відповідність визначених компетентностей та дескрипторів НРК подано у табл. 1 пояснювальної записки. У табл. 2 пояснювальної записки подано відповідність програмних результатів навчання та компетентностей.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ

Освітньо-професійна програма «Фінансовий маркетинг»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Структура освітньо-професійної програми за складовими

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Структура, %
	кредитів ЄКТС	годин	
Цикл загальної підготовки	39	1170	16
у т.ч.: базові навчальні дисципліни	24	720	10
вибіркові навчальні дисципліни	15	450	6
Цикл професійної підготовки	201	6030	84
у т.ч.: базові навчальні дисципліни	156	4680	65
вибіркові навчальні дисципліни	45	1350	19
ВСЬОГО	240	7200	100
у тому числі: вибіркова складова	60	1800	25

Обсяг освітньо-професійної програми за складовими

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Форма контролю
	кредитів ЄКТС	годин	
Цикл загальної підготовки			
Базові навчальні дисципліни			
Українська мова (за професійним спрямуванням)	5	150	Екзамен
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	9	270	Залік, Екзамен
Соціальна та економічна історія України	5	150	Екзамен
Філософія	5	150	Екзамен
Всього базові навчальні дисципліни	24	720	–
Вибіркові навчальні дисципліни (ELECTIVE COURSES): вибір навчальних дисциплін здійснюється із загальноуніверситетського пулу			
Навч-на дисц-на соціально-психологічного спрямування	5	150	Залік
Навчальна дисципліна технологічного спрямування	5	150	Залік
Навчальна дисципліна правового спрямування	5	150	Екзамен
Всього вибіркові навчальні дисципліни	15	450	–
Всього цикл загальної підготовки	39	1170	–
Цикл професійної підготовки			
Базові навчальні дисципліни			
Вища математика	5	150	Екзамен
Дослідження операцій та методи оптимізації	5	150	Екзамен
Інформатика	5	150	Залік
Теорія ймовірностей 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
Світове господарство і міжнародні економічні відносини	4	120	Залік
Економіка підприємства	5	150	Екзамен
Економіка підприємства : курсова робота	1	30	Курсова робота
Основи підприємництва	4	120	Залік
Фінанси	5	150	Залік

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Форма контролю
	кредитів ЄКТС	годин	
Бухгалтерський облік	4	120	Залік
Менеджмент	5	150	Екзамен
Маркетинг	5	150	Екзамен
Маркетинг: курсова робота	1	30	Курсова робота
Економіка праці	5	150	Екзамен
Міжнародний маркетинг	4	120	Залік
Маркетингова товарна політика	4	120	Екзамен
Маркетинг промислового підприємства	5	150	Екзамен
Маркетинг промислового підприємства: курсова робота	1	30	Курсова робота
Маркетингове ціноутворення	5	150	Екзамен
Маркетингові комунікації	5	150	Екзамен
Поведінка споживача	5	150	Екзамен
Іноземна мова академічної та професійної комунікації	4	120	Залік
Маркетингові дослідження	5	150	Екзамен
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
Дипломна робота	14	420	Дипломна робота
Всього базові навчальні дисципліни	156	4680	–
<i>Вибіркові навчальні дисципліни (майно́р або вільний майно́р) (MINOR COURSE):</i> студенти мають обрати вибіркові навчальні дисципліни із загальноуніверситетського пулу			
Майно́р або вільний майно́р	5	150	Залік
Майно́р або вільний майно́р	5	150	Залік
Майно́р або вільний майно́р	5	150	Залік
Майно́р або вільний майно́р	5	150	Залік
Всього майно́р	20	600	–
Студенти, що обрали освітньо-професійну програму, мають обрати один із запропонованих мейджорів:			
<i>Мейджор «Прикладний фінансовий маркетинг» (MAJOR COURSE)</i>			
Організація рекламної та PR-діяльності	5	150	Екзамен
Інтернет-маркетинг	5	150	Екзамен
Комунікативний менеджмент	5	150	Екзамен
Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях	4	120	Залік
Курсова робота: Маркетинг на ринку фінансових послуг	1	30	Курсова робота
Управління інноваціями	5	150	Екзамен
Всього мейджор	25	750	
<i>Мейджор «Маркетингова діяльність суб'єктів фінансового ринку» (MAJOR COURSE)</i>			
Рекламний бізнес у сфері послуг	5	150	Екзамен
Інформаційні системи та технології в маркетингу	4	120	Залік
Маркетинг на ринку цінних паперів	5	150	Екзамен
Страховий маркетинг	5	150	Екзамен
Курсова робота: Фінансовий маркетинг	1	30	Курсова робота
Маркетинг у банківській сфері	5	150	Екзамен
Всього мейджор	25	750	–
Всього вибіркові навчальні дисципліни	45	1350	–
Всього цикл професійної підготовки	201	6030	–
ВСЬОГО	240	7200	–

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі публічного захисту дипломної роботи бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Фінансовий маркетинг» (денна форма) або єдиного кваліфікаційного іспиту за спеціальністю у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України (заочна форма)
<i>Вимоги до кваліфікаційної роботи</i>	Дипломна роботи бакалавра 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 дипломній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Бакалаврська дипломна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності. ХНЕУ ім. С. Кузнеця розробляє та затверджує: 1) положення про Екзаменаційну комісію (ЕК); 2) порядок перевірки бакалаврських дипломних роботи на плагіат; 3) нормативи унікальності текстів бакалаврських дипломних робіт. Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється ЕК, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату, дипломні роботи розміщуються на офіційному сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця
<i>Вимоги до атестаційного екзамену</i>	Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра під час атестації у формі кваліфікаційного іспиту здійснюють члени екзаменаційної комісії на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи і шкали оцінювання. Єдиний кваліфікаційний іспит здійснюється в письмовій формі для заочної форми навчання

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

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

<i>Принципи та процедури забезпечення якості освіти</i>	<i>Принципи забезпечення якості освіти:</i> - 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. <i>Процедури забезпечення якості освіти є:</i> - 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.
<i>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</i>	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 підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, 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.

<i>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</i>	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
<i>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</i>	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 професійного діяльності; - обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; - оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації
<i>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</i>	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
<i>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</i>	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.
<i>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</i>	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
<i>Запобігання та виявлення академічного плагіату</i>	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; - посилання 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.

Перелік використаних джерел

1. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2016 р. № 600 ((у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 № 1648). – URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/proekty%20standartiv%20vishcha%20osvita/1648.pdf>.
2. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 : Затверджено та надано чинності Наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
3. Національний освітній глосарій: вища освіта / За ред. В. Г. Кременя. – Київ : Плеяди, 2014. – 100 с.
4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
5. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій : Постанова КМУ від 23.11.2014 № 1341. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>.
6. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Постанова КМУ від 29.04.2015 №266. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>.
7. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343. – URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>.
8. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Наказ МОН України від 06. 11. 2015 № 1151. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua /laws /show/z1460-15>.
9. Рашкевич Ю. М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти : монографія / Ю. М. Рашкевич – Львів : Львівська політехніка, 2014. – 168 с.– URL : <https://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protsesu.html?download=82:bolonskyi-protses-nova-paradyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych>.
10. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : Пріоритети, 2015. – 84 с.
11. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / За ред. В. Г. Кременя. – Київ : Пріоритети, 2014. – 120 с.
12. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – URL : http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
13. International Standard Classification of Education. ISCED 2011. – URL : <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>.
14. ISCED Fields of Education and Training 2013 (ISCED-F 2013). – URL : <https://eqe.ge/res/docs/228085e.pdf>.
15. Tuning Educational Structures in Europe. – URL : http://www.unideusto.org/tuningeu/images/stories/Publications/ENGLISH_BROCHURE_FOR_WEBSITE.pdf.

Пояснювальна записка

Відповідно до статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» ХНЕУ ім. С. Кузнеця проводить підготовку бакалаврів зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг».

Спеціальні вимоги до зарахування

Набір на освітньо-професійну програму «Фінансовий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання:

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі загальноєкономічних та фахових наук.

Профіль програми: бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»

Професійні профілі випускників: бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг».

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 74.14	7020 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

Фахівець 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) із комунікаційних технологій
1475.4	Менеджер (управитель) із збуту
1476.1	Менеджери (управителі) 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 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою Рекламист Економіст із збуту Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку

Таблиця 1

Матриця відповідності компетентностей дескрипторам НРК

Компетентності ОПІ	Класифікація компетентностей за НРК							
	Знання		Уміння	Комунікація		Автономія та відповідальність		
	Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень	Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності	Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах	Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб	Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
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			+	+		+		

