

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний вищий навчальний заклад  
«Приазовський державний технічний університет»

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДВНЗ «ПДТУ»

Протокол від « 26 » травня 2016 р. № 14

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2016 р.

Ректор \_\_\_\_\_ / В.С.Волошин/



**ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«Маркетинг»**

**Першого рівня вищої освіти**

**за спеціальністю 075 Маркетинг**

**галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**Кваліфікація: бакалавр з маркетингу**

Маріуполь, 2016

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньої програми

Перший проректор



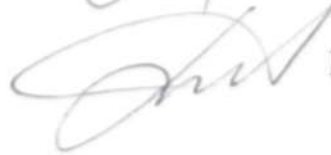
В. М. Євченко

Декан факультету



О. В. Хаджинова

Завідувач кафедри маркетингу  
та бізнес-адміністрування



В. В. Гончар

## **ПЕРЕДМОВА**

Розроблено робочою групою, яка утворена у складі відповідальної за підготовку здобувачів вищої освіти кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування із спеціальності 075 Маркетинг:

Гончар В.В., керівник робочої групи, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

Члени проектної групи:

Гриценко С. І., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

Калінін О. В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

Шлапак Н.С., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

## 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» Економічний факультет
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр бакалавр з маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітня програма «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	Наказ МОН від 19.12.2016 р. № 1565 Термін дії: до 01.07.2026 р.
<b>Цикл / рівень</b>	FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень / Бакалавр
<b>Передумови</b>	Наявність атестату про базову освіту
<b>Мова викладання</b>	Українська, англійська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	до 01.07.2026 р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://pstu.edu/">http://pstu.edu/</a>
2 – Мета освітньої програми	
Формування теоретичних і практичних знань з організації та ведення маркетингової діяльності, набуття компетентностей з визначення пріоритетних напрямків та організації ведення бізнесу на засадах маркетингових концепцій, прийняття ефективних маркетингових рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
<b>Предмета області (галузь спеціальність)</b>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Бакалавр з маркетингу має оволодіти загальноекономічними та професійними знаннями, вміннями та навичками для виконання професійних функцій та типових задач діяльності у сфері маркетингу. Підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	Набуття необхідних знань та практичних навиків для подальшої кар'єри в області маркетингу, менеджменту, логістики, розробка

<b>та спеціалізації</b>	<p>моделей та методів економічного аналізу</p> <p>Оволодіння методами прогнозування та дослідження ринку, технологіями розробки маркетингових планів, методиками проведення рекламної кампанії.</p> <p>Використання пакетів прикладних програм автоматизації процесів управління, аналізу, планування та контролю бізнес - процесів, що застосовуються сучасними підприємствами та організаціями</p> <p><i>Ключові слова:</i> Маркетинг, дослідження, логістика, економіка, управління</p>
<b>Особливості програми</b>	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, товарної політики
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Відповідні робочі місця в установах та на підприємствах різних галузей діяльності і організаційно-правових форм
<b>Подальше навчання</b>	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF LLL та 7 рівня НРК
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
<b>Оцінювання</b>	Усні та письмові екзамени, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт, державна атестація випускника
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання.</li> <li>2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.</li> <li>3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</li> <li>4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності.</li> <li>5. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</li> <li>6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</li> <li>7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.</li> <li>8. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.</li> <li>9. Здатність працювати в команді та автономно, навички</li> </ol>

	<p>міжособистісної взаємодії.</p> <p>10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>11. Здатність працювати в міжнародному середовищі.</p> <p>12. Здатність діяти соціально відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>1. Здатність демонструвати розуміння основ та історії розвитку теорії маркетингу.</p> <p>2. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу.</p> <p>3. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації.</p> <p>4. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>5. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>6. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>7. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу.</p> <p>8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>10. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.</p> <p>11. Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>12. Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів.</p> <p>13. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень.</p> <p>14. Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>15. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7 - Програмні результати навчання</b>	
<p>1. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.</p> <p>2. Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх</p>	

взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

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

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

9. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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

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

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

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

14. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.

15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності.

16. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

17. Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

#### **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми**

<b>Кадрове забезпечення</b>	Усі науково – педагогічні працівники, задіяні до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та вчені звання
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторські розробок професорсько- викладацького складу.

#### **9 – Академічна мобільність**

<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Приазовським державним технічним університетом та вищими навчальними закладами України
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Приазовським державним технічним університетом та зарубіжними вищими навчальними закладами
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе після вивчення курсу української мови