

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Ректор Дніпровського національного
університету ім. Олеся Гончара

Поляков М.В.

« 21 » грудня 2017 р.



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: –бакалавр маркетингу

Розглянуто та схвалено:

Вченою радою Дніпровського
національного університету ім. Олеся Гончара
від 21.12.2017 р., протокол № 6

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2018 р.

**Дніпро
2018**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Ректор Дніпровського національного
університету ім. Олеся Гончара

Поляков М.В.

« 21 » лютого 2019 р.



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: –бакалавр маркетингу

Розглянуто та схвалено:

Вченою радою Дніпровського
національного університету ім. Олеся Гончара
від 21.02.2019 р., протокол № 9

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2018 р.

**Дніпро
2019**

ПЕРЕДМОВА

1. Внесено: кафедрою економічної теорії та маркетингу, факультету економіки

2. Затверджено та надано чинності рішенням Вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара:

- від «21» грудня 2017 р., пр. №6 (редакція №2 для набору 2018/2019 н.р.);

- від «21» лютого 2019 р., пр. № 9 (редакція № 3 для набору 2019/2020 н.р.).

3. Розробники:

Дучинська Ніна Іванівна, доктор економічних наук, професор (за кафедрою економічної теорії), завідувач кафедри економічної теорії та маркетингу;

Касян Сергій Якович, кандидат економічних наук, доцент (за кафедрою маркетингу), доцент кафедри економічної теорії та маркетингу;

Сокол Поліна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та маркетингу.

4. Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (бакалавр)

затверджено наказом МОН України №1343 від «05» 12 2018 р. та введено в дію з 2018/2019 н.р.

Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, факультет економіки, кафедра економічної теорії та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців, 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат з акредитації спеціальності НД №0495161 від 19.10.2017 р. Термін дії – до 01.07.2020 року.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень FQ – ENEA – перший цикл, EQF – LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта або наявність ОКР молодшого спеціаліста (ступеня молодшого бакалавра)
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату з акредитації спеціальності (відповідно наказу МОН України від 30.10.2017 р. №1432) або до проходження первинної акредитації освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.dnu.dp.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг</p> <ul style="list-style-type: none"> Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та

	спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, для бакалавра має академічну, прикладну орієнтацію
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в предметній області маркетингу Ключові слова: маркетинг, логістика, маркетингова товарна політика, поведінка споживача, маркетингове ціноутворення, маркетингові дослідження, реклама та спонсоринг
Особливості програми	Вимагає спеціального креативного підходу та ринкового комунікаційного мислення до опанування маркетингових дисциплін
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати на первинних посадах в галузях економіки за професіями, визначеними у Національному класифікаторі України: Класифікатор професій ДК (003:2010): - 3429 Агент рекламний, - 3415 Мерчандайзер, - 3415 Торговець промисловий.
Подальше навчання	Можливе продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через виробничу практику.
Оцінювання	Екзамени, заліки, диференційовані заліки, захист звітів з практики, есе, презентації, захист кваліфікаційної роботи, опитування, виконання лабораторних робіт, контрольне тестування.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	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.

	<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>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p><i>Фахові компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i></p> <p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><i>Фахові компетентності, визначені закладом вищої освіти:</i></p> <p>ФК15. Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх ефективності.</p> <p>ФК16. Здатність щодо аналізу маркетингового середовища та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень.</p> <p>ФК17. Здатність аналізувати поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей.</p>

7 – Програмні результати навчання

Програмні результати, визначені стандартом вищої освіти:

- RH1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- RH2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- RH3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- RH4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- RH5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- RH6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- RH7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- RH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- RH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- RH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- RH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- RH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- RH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- RH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- RH15. 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.
- RH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- RH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

	<p>RH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>Програмні результати, визначені закладом вищої освіти:</p> <p>RH19. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.</p> <p>RH20. Оцінювати та аналізувати стан та закономірності розвитку міжнародного середовища.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; - обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; - моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; - впровадження результатів стажування та наукової діяльності у освітній процес
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Університет має власний веб-сайт за адресою http://dnu.dp.ua, де розміщено інформаційні та навчально-методичні матеріали.</p> <p>Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: загально університетських та кафедральних бібліотек, мережі Інтернет з вільним доступом, колекцій цифрового репозиторію.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки за спеціальністю. В наявності завдання для самостійної роботи студентів, методичні рекомендації для виконання курсових та дипломних робіт, пакети завдань для проведення ректорських та комплексних контрольних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь студентів розроблено для поточного, семестрового та ректорського контролю з кожної дисципліни, а також для підсумкової атестації за спеціальністю.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами з партнерських країн
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	До 2020 р. можливе за умови вивчення студентами української мови

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

2.1. Перелік компонент ОП, Термін навчання 3 роки 10 місяців

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
І Цикл загальної підготовки				
Обов'язкові компоненти				
ОК 1.1	Фізична культура	8	залік	1-5
ОК 1.2	Філософія	3	екзамен	4
ОК 1.3	Математика для економістів: вища математика	7	залік, екзамен	1, 2
ОК 1.4	Математика для економістів: теорія ймовірностей та математична статистика	5	екзамен	2
ОК 1.5	Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі	4	екзамен	3
ОК 1.6	Економіко-статистичний аналіз бізнес-процесів	4	екзамен	4
ОК 1.7	Загальнотеоретична дисципліна (політекономія)	5	екзамен	1
ОК 1.8	Мікроекономіка	4	екзамен	2
ОК 1.9	Курсова робота з дисципліни "Мікроекономіка"	1	диференційований залік	2
ОК 1.10	Макроекономіка	4	екзамен	3
ОК 1.11	Історія економіки та економічної думки	5	екзамен	1
ОК 1.12	Безпека життєдіяльності та охорона праці	2	залік	6
ОК 1.13	Економічна інформатика	7	залік, екзамен	1, 2
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №1				
ВК 1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік	1
	Культура і стилістика української фахової мови			
	Мовленнєва компетенція професійно орієнтованої особистості			
	Українське ділове мовлення			
Вибір з переліку дисциплін №2				
ВК 2, ВК 3	Історія України	3	залік	2
	Історія українського суспільства	3		2
	Українська культура як світовий феномен	3		1
	Українська культура в контексті світової культури	3		1
	Історія української культури	3		1
	Історія та культура України	6		1, 2

Вибір з переліку дисциплін №3					
ВК 4	Іноземна мова (англійська)	6	залік	1, 2	
	Іноземна мова (німецька)				
	Іноземна мова (французька)				
Вибір з переліку дисциплін №4					
ВК 5	Дисципліна №1	3	залік	3	
ВК 6	Дисципліна №2	3	залік	4	
	Політологія				
	Державне регулювання економіки				
	Вибрані розділи трудового права				
	Правознавство				
	Релігієзнавство				
	Основи медичних знань				
	Соціологія				
Вибір з переліку дисциплін №5					
ВК 7, ВК 8	Екологічний маркетинг	3	6	залік	6
	Конкурентоспроможність національної економіки	3		залік	7
	Фізична культура	6		залік	6, 7
Вибір з переліку дисциплін №6					
ВК 9	Регіональний маркетинг	4	залік	7	
	Конкурентні національні моделі споживання				
Вибір з переліку дисциплін №7					
ВК 10	Маркетинг інновацій	4	залік	5	
	Управління продажами				
II Цикл професійної підготовки					
Обов'язкові компоненти					
ОК 2.1	Економіка підприємства	4	екзамен	3	
ОК 2.2	Менеджмент	4	екзамен	5	
ОК 2.3	Маркетинг	7	екзамен	4	
ОК 2.4	Курсова робота з дисципліни "Маркетинг"	1	диференційований залік	4	
ОК 2.5	Фінанси	4	екзамен	3	
ОК 2.6	Гроші і кредит	4	екзамен	2	
ОК 2.7	Бухгалтерський облік	4	екзамен	6	
ОК 2.8	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	екзамен	5	
ОК 2.9	Міжнародна економіка	4	екзамен	5	
ОК 2.10	Статистика	4	екзамен	3	
ОК 2.11	Регіональна економіка	4	екзамен	1	
ОК 2.12	Поведінка споживача	4	екзамен	5	
ОК 2.13	Маркетингові дослідження	4	екзамен	5	
ОК 2.14	Курсова робота з дисципліни "Маркетингові дослідження"	1	диференційований залік	5	
ОК 2.15	Логістика	5	екзамен	6	
ОК 2.16	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен	8	
ОК 2.17	Маркетингова товарна політика	5	екзамен	7	
ОК 2.18	Маркетинг послуг	4	екзамен	8	

ОК 2.19	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен	7
ОК 2.20	Маркетингові комунікації	4	екзамен	8
ОК 2.21	Соціально-економічна політика	3	залік	4
ОК 2.22	Реклама та спонсорінг	6	екзамен	7
ОК 2.23	Міжнародний маркетинг	8	екзамен	6
ОК 2.24	Товарознавство	4	залік	3
ОК 2.25	Виробнича: виробнича практика	3	диференційований залік	6
ОК 2.26	Виробнича: переддипломна практика	6	диференційований залік	8
ОК 2.27	Виконання дипломної роботи	6	захист дипломної роботи	8
ОК 2.28	Атестація	3		8
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №8				
ВК11	Організація виставкової діяльності	4	залік	6
	Ринок товарів та послуг			
Вибір з переліку дисциплін №9				
ВК12	Інтернет - маркетинг	9	залік	4
	Економічний механізм маркетингу			
Вибір з переліку дисциплін №10				
ВК13	Паблік рілейшнз в бізнесі	4	залік	7
	Соціальний маркетинг			
Вибір з переліку дисциплін №11				
ВК14	Аналітичний маркетинг	4	залік	5
	Економічний аналіз			
Вибір з переліку дисциплін №12				
ВК15	Брендинг	5	залік	8
	Управління торговими марками			
Загальний обсяг обов'язкових компонент				179 (75%)
Загальний обсяг вибірових компонент (дисциплін вибору студента)				61 (25%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				240

Термін навчання 1 рік 10 місяців

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр	
1	2	3	4	5	
I Цикл загальної підготовки					
Обов'язкові компоненти					
ОК 1.1	Математика для економістів: теорія ймовірностей та математична статистика	5	екзамен	2	
ОК 1.2	Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі	4	диференційований залік	2	
ОК 1.3	Економіко-математичні методи та моделі: економетрика	4	екзамен	3	
ОК 1.4	Мікроекономіка	4	екзамен	1	
ОК 1.5	Макроекономіка	4	екзамен	2	
ОК 1.6	Історія економіки та економічної думки	4	екзамен	1	
II Цикл професійної підготовки					
Обов'язкові компоненти					
ОК 2.1	Менеджмент	4	екзамен	1	
ОК 2.2	Маркетинг	8	екзамен	2	
ОК 2.3	Курсова робота з дисципліни "Маркетинг"	1	диференційований залік	2	
ОК 2.4	Економіка праці і соціально- трудові відносини	3	диференційований залік	2	
ОК 2.5	Міжнародна економіка	4	екзамен	3	
ОК 2.6	Статистика	4	екзамен	1	
ОК 2.7	Регіональна економіка	4	екзамен	1	
ОК 2.8	Логістика	4	диференційований залік	3	
ОК 2.9	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен	4	
ОК 2.10	Маркетингова товарна політика	4	екзамен	3	
ОК 2.11	Курсова робота з дисципліни «Маркетингова товарна політика»	1	диференційований залік	3	
ОК 2.12	Маркетинг послуг	4	екзамен	4	
ОК 2.13	Маркетингові комунікації	4	екзамен	4	
ОК 2.14	Виробнича: переддипломна практика	6	диференційований залік	4	
ОК 2.15	Атестація	3	захист дипломної роботи	4	
ОК2.16	Виконання дипломної роботи	6		4	
Вибіркові компоненти					
Вибір з переліку дисциплін №1:					
ВК1, ВК2, ВК3	Фізична культура	9	9	залік	1, 2, 3
	Управління продажами	3		залік	3
	Економічна інформатика	3		диференційов. залік	1
	Електронна комерція	3		залік	2

Вибір з переліку дисциплін №2:				
ВК4	Регіональний маркетинг	5	залік	1
	Маркетинг у бізнесі			
Вибір з переліку дисциплін №3:				
ВК5	Організація виставкової діяльності	4	залік	2
	Ринок товарів та послуг			
Вибір з переліку дисциплін професійної підготовки №4:				
ВК6	Паблік рилейшнз в бізнесі	12	залік	3, 4
	Соціальний маркетинг			
Загальний обсяг обов'язкових компонент				90 (75%)
Загальний обсяг вибіркових компонент (дисциплін вибору студента)				30 (25%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				120

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Термін навчання 3 роки 10 місяців

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.3, ОК 1.7, ОК 1.11, ОК 1.13, ОК 2.11, ВК 2, ВК 4	8	17
	2	ОК 1.1, ОК 1.3, ОК 1.4, ОК (1.8, 1.9), ОК 1.13, ОК 2.6, ВК 1, ВК 3, ВК 4	9	
2	3	ОК 1.1, ОК 1.5, ОК 1.10, ОК 2.1, ОК 2.5, ОК 2.10, ОК 2.24, ВК 5	8	16
	4	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 1.6, ОК 2.3, ОК 2.4, ОК 2.21, ВК 6, ВК 12	8	
3	5	ОК 1.1, ОК 2.2, ОК 2.8, ОК 2.9, ОК 2.12, ОК (2.13, 2.14), ВК 10, ВК 14	8	15
	6	ОК 1.12, ОК 2.7, ОК 2.15, ОК 2.23, ОК 2.25, ВК 7, ВК 11	7	
4	7	ОК 2.17, ОК 2.19, ОК 2.22, ВК 8, ВК 9, ВК 13	6	13
	8	ОК 2.16, ОК 2.18, ОК 2.20, ОК 2.26, ОК 2.27, ОК 2.28, ВК 15	7	

Термін навчання 1 рік 10 місяців

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.4, ОК 1.6, ОК 2.1, ОК 2.6, ОК 2.7, ВК 1, ВК 4	7	14
	2	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 1.5, ОК (2.2, 2.3), ОК 2.4, ВК 2, ВК 5	7	
2	3	ОК 1.3, ОК 2.5, ОК 2.8, ОК (2.10, 2.11), ВК 3, ВК 6	6	13
	4	ОК 2.9, ОК 2.12, ОК 2.13, ОК 2.14, ОК 2.15, ОК 2.16, ВК 6	7	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів).
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.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми. Термін навчання 3 роки 10 місяців

[illegible]

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньої програми, Термін навчання 3 роки 10 місяців

[illegible]

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)
відповідними компонентами освітньої програми, Термін навчання 1 рік 10 місяців**

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	ОК 2.8	ОК 2.9	ОК 2.10	ОК 2.11	ОК 2.12	ОК 2.13	ОК 2.14	ОК 2.15	ОК 2.16	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6
РН 1	•					•													•				•					
РН 2				•					•													•						
РН 3					•		•				•								•					•				
РН 4				•				•		•						•					•					•	•	
РН 5			•									•																
РН 6	•				•			•										•			•		•					
РН 7															•	•								•				•
РН 8		•				•					•														•			
РН 9					•		•					•						•			•						•	
РН 10				•			•		•	•										•						•		
РН 11		•															•											
РН 12																											•	
РН 13															•	•		•				•	•				•	
РН 14									•		•									•								
РН 15						•	•							•				•			•			•				
РН 16												•					•								•	•		
РН 17										•														•				•
РН 18							•						•							•							•	
РН 19													•	•								•						
РН 20															•						•							

Зміни до ОПП для набору 2019/2020 н.р., затверджені рішенням Вченої ради ДНУ від 21.02.2019 р., протокол №9

2.1. Перелік компонент ОП
Термін навчання 3 роки 10 місяців

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
І Цикл загальної підготовки				
Обов'язкові компоненти				
ОК 1.1	Фізична культура	8	залік	1-5
ОК 1.2	Філософія	3	екзамен	4
ОК 1.3	Безпека життєдіяльності та охорона праці	2	залік	6
ОК 1.4	Математика для економістів: вища математика	7	залік екзамен	1 2
ОК 1.5	Математика для економістів: теорія ймовірностей та математична статистика	5	екзамен	2
ОК 1.6	Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі	4	екзамен	3
ОК 1.7	Економіко-статистичний аналіз бізнес-процесів	4	екзамен	4
ОК 1.8	Загальнотеоретична дисципліна (політекономія)	5	екзамен	1
ОК 1.9	Мікроекономіка	5	екзамен	2
ОК 1.10	Макроекономіка	4	екзамен	3
ОК 1.11	Історія економіки та економічної думки	4	диференційований залік	1
ОК 1.12	Економічна інформатика	8	екзамен	1
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №1				
ВК 1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік	2
	Культура і стилістика української фахової мови			
	Мовленнєва компетенція професійно орієнтованої особистості			
	Українське ділове мовлення			
Вибір з переліку дисциплін №2				
ВК 2, ВК 3	Історія України	3	залік	2
	Історія українського суспільства	3		2
	Українська культура як світовий феномен	3		1
	Українська культура в контексті світової культури	3		1
	Історія української культури	3		1
	Історія та культура України	6		1, 2

Вибір з переліку дисциплін №3					
ВК 4	Іноземна мова (англійська)	6		залік	1, 2
	Іноземна мова (німецька)				
	Іноземна мова (французька)				
Вибір з переліку дисциплін №4					
ВК 5	Дисципліна №1	3		залік	3
ВК 6	Дисципліна №2	3		залік	4
	Політологія				
	Соціально-економічна політика в умовах ринку				
	Вибрані розділи трудового права				
	Правознавство				
	Релігієзнавство				
	Основи медичних знань				
	Соціологія				
Вибір з переліку дисциплін №5					
ВК 7, ВК 8	Екологічний маркетинг	3	6	залік	6
	Конкурентоспроможність національної економіки	3		залік	7
	Фізична культура	6		залік	6, 7
Вибір з переліку дисциплін №6					
ВК 9	Регіональний маркетинг	4		залік	7
	Конкурентні національні моделі споживання				
Вибір з переліку дисциплін №7					
ВК 10	Маркетинг інновацій	4		залік	5
	Управління продажами				
Вибір з переліку дисциплін №8					
ВК 11	Іноземна мова (англійська)	4		залік	7, 8
	Іноземна мова (німецька)				
	Іноземна мова (французька)				
II Цикл професійної підготовки					
Обов'язкові компоненти					
ОК 2.1	Економіка підприємства	4		екзамен	3
ОК 2.2	Менеджмент	4		екзамен	5
ОК 2.3	Маркетинг	7		екзамен	4
ОК 2.4	Курсова робота з дисципліни "Маркетинг"	1		диференційований залік	4
ОК 2.5	Фінанси	4		екзамен	3
ОК 2.6	Гроші і кредит	4		екзамен	2
ОК 2.7	Бухгалтерський облік	4		екзамен	6
ОК 2.8	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4		екзамен	5
ОК 2.9	Міжнародна економіка	4		екзамен	5
ОК 2.10	Статистика	4		екзамен	3
ОК 2.11	Регіональна економіка	4		екзамен	1
ОК 2.12	Поведінка споживача	4		екзамен	5
ОК 2.13	Маркетингові дослідження	4		екзамен	5
ОК 2.14	Курсова робота з дисципліни "Маркетингові дослідження"	1		диференційований залік	5
ОК 2.15	Логістика	5		екзамен	6
ОК 2.16	Маркетинг промислового	5		екзамен	8

	підприємства			
ОК 2.17	Маркетингова товарна політика	4	екзамен	7
ОК 2.18	Курсова робота з дисципліни "Маркетингова товарна політика"	1	диференційований залік	7
ОК 2.19	Маркетинг послуг	4	екзамен	8
ОК 2.20	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен	7
ОК 2.21	Маркетингові комунікації	4	екзамен	8
ОК 2.22	Соціально-економічна політика	3	залік	4
ОК 2.23	Реклама та спонсорінг	4	залік	7
ОК 2.24	Міжнародний маркетинг	8	екзамен	6
ОК 2.25	Товарознавство	4	залік	3
ОК 2.26	Виробнича: виробнича практика	3	диференційований залік	6
ОК 2.27	Виробнича: переддипломна практика	6	диференційований залік	8
ОК 2.28	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	9	захист кваліфікаційної роботи	8
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №9				
BK12	Організація виставкової діяльності	4	залік	6
	Ринок товарів та послуг			
Вибір з переліку дисциплін №10				
BK13	Інтернет - маркетинг	9	залік	4
	Економічний механізм маркетингу			
Вибір з переліку дисциплін №11				
BK14	Паблік рілейшнз в бізнесі	4	залік	7
	Соціальний маркетинг			
Вибір з переліку дисциплін №12				
BK15	Аналітичний маркетинг	4	залік	5
	Економічний аналіз			
Вибір з переліку дисциплін №13				
BK16	Брендинг	3	залік	8
	Управління торговими марками			
Загальний обсяг обов'язкових компонент				177 (74%)
Загальний обсяг вибіркових компонент (дисциплін вибору студента)				63 (26%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				240

Термін навчання 1 рік 10 місяців, для набору 2019/2020 н.р.

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
I Цикл загальної підготовки				
Обов'язкові компоненти				
ОК 1.1	Математика для економістів: теорія ймовірностей та математична статистика	5	екзамен	2
ОК 1.2	Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі	4	диференційований залік	2
ОК 1.3	Економіко-статистичний аналіз бізнес-процесів	4	екзамен	3
ОК 1.4	Мікроекономіка	4	екзамен	1
ОК 1.5	Макроекономіка	4	екзамен	2
ОК 1.6	Історія економіки та економічної думки	4	екзамен	1
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №1:				
ВК 1	Іноземна мова (англійська)	4	залік	3, 4
	Іноземна мова (німецька)			
	Іноземна мова (французька)			
Вибір з переліку дисциплін №2:				
ВК2,	Фізична культура	9	залік залік диференційов. залік залік	1, 2, 3
ВК3,	Реклама та спонсоринг	3		3
ВК4	Економічна інформатика	3		1
	Екологічний маркетинг	3		2
II Цикл професійної підготовки				
Обов'язкові компоненти				
ОК 2.1	Гроші і кредит	4	екзамен	1
ОК 2.2	Маркетинг	8	екзамен	2
ОК 2.3	Курсова робота з дисципліни "Маркетинг"	1	диференційований залік	2
ОК 2.4	Економіка праці і соціально- трудові відносини	3	диференційований залік	2
ОК 2.5	Міжнародна економіка	4	екзамен	3
ОК 2.6	Поведінка споживача	4	екзамен	1
ОК 2.7	Регіональна економіка	4	екзамен	1
ОК 2.8	Логістика	4	диференційований залік	3
ОК 2.9	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен	4
ОК 2.10	Маркетингова товарна політика	4	екзамен	3
ОК 2.11	Курсова робота з дисципліни «Маркетингова товарна політика»	1	диференційований залік	3
ОК 2.12	Маркетинг послуг	4	екзамен	4
ОК 2.13	Маркетингові комунікації	4	екзамен	4

ОК 2.14	Виробнича практика: переддипломна практика	6	диференційований залік	4
ОК 2.15	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	9	захист дипломної роботи	4
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №3:				
ВК5	Інтернет-маркетинг	5	залік	1
	Економічний механізм маркетингу			
Вибір з переліку дисциплін №4:				
ВК6	Паблік рілейшнз в бізнесі	4	залік	2
	Соціальний маркетинг			
Вибір з переліку дисциплін професійної підготовки №5:				
ВК7	Аналітичний маркетинг	4	залік	3
	Економічний аналіз			
Вибір з переліку дисциплін професійної підготовки №6:				
ВК8	Брендинг	4	залік	4
	Управління торговими марками			
Загальний обсяг обов'язкових компонент				90 (75%)
Загальний обсяг вибіркових компонент (дисциплін вибору студента)				30 (25%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				120

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Термін навчання 3 роки 10 місяців

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.4, ОК 1.8, ОК 1.11, ОК 1.12, ОК 2.11, ВК 2, ВК 4	8	16
	2	ОК 1.1, ОК 1.4, ОК 1.5, ОК 1.9, ОК 2.6, ВК 1, ВК 3, ВК 4	8	
2	3	ОК 1.1, ОК 1.6, ОК 1.10, ОК 2.1, ОК 2.5, ОК 2.10, ОК 2.25, ВК 5	8	16
	4	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 1.7, ОК (2.3, 2.4), ОК 2.22, ВК 6, ВК 13, ВК 15	8	
3	5	ОК 1.1, ОК 2.2, ОК 2.8, ОК 2.9, ОК 2.12, ОК (2.13, 2.14), ВК 10	7	14
	6	ОК 1.3, ОК 2.7, ОК 2.15, ОК 2.24, ОК 2.26, ВК 7, ВК 12	7	
4	7	ОК (2.17, 2.18), ОК 2.20, ОК 2.23, ВК 8, ВК 9, ВК 11, ВК 14	7	14
	8	ОК 2.16, ОК 2.19, ОК 2.21, ОК 2.27, ОК 2.28, ВК 11, ВК 16	7	

Термін навчання 1 рік 10 місяців

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.4, ОК 1.6, ОК 2.1, ОК 2.6, ОК 2.7, ВК 2, ВК 5	7	14
	2	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 1.5, ОК (2.2, 2.3), ОК 2.4, ВК 3, ВК 6	7	
2	3	ОК 1.3, ОК 2.5, ОК 2.8, ОК (2.10, 2.11), ВК 1, ВК 4, ВК 7	7	14
	4	ОК 2.9, ОК 2.12, ОК 2.13, ОК 2.14, ОК 2.15, ВК 1, ВК 8	7	

Зміни до ОПП для набору 2019/2020 н.р., затверджені рішенням Вченої ради ДНУ

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми. Термін навчання 3 роки 10 місяців

[illegible]

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньої програми, Термін навчання 3 роки 10 місяців для набору 2019/2020 н.р.

[illegible]

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)

відповідними компонентами освітньої програми, Термін навчання 1 рік 10 місяців для набору 2019/2020 н.р.

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	ОК 2.8	ОК 2.9	ОК 2.10	ОК 2.11	ОК 2.12	ОК 2.13	ОК 2.14	ОК 2.15	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8
РН 1	•					•													•			•							
РН 2				•					•																			•	
РН 3					•		•				•								•	•			•						
РН 4				•				•		•						•					•				•	•		•	
РН 5			•									•									•								
РН 6	•				•			•										•		•		•							
РН 7															•	•						•					•		•
РН 8		•				•					•													•					•
РН 9					•							•						•			•					•			
РН 10				•			•		•	•										•					•			•	
РН 11		•															•												
РН 12																											•		
РН 13															•	•			•			•				•		•	
РН 14									•		•									•									•
РН 15						•	•							•				•			•		•						
РН 16												•					•							•	•				
РН 17										•													•				•		•
РН 18							•						•							•						•		•	
РН 19													•	•															
РН 20															•						•								