

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою
ДонНУ імені Василя Стуса
Протокол № _____ від _____
Голова Вченої ради
_____ Олександр ШЕНДРИК

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ № _____ від _____
Ректор
_____ Ілля ХАДЖИНОВ

**ПРОЄКТ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ / MARKETING**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	_____ ПЕРШИЙ _____
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	_____ БАКАЛАВР _____
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	_____ 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ _____
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	_____ 075 МАРКЕТИНГ _____

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
МАРКЕТИНГ / MARKETING**

РЕКОМЕНДОВАНО

Радою з якості вищої освіти
ДонНУ імені Василя Стуса
Протокол № ___ від _____
Заступник голови Ради з якості,
проректор з наукової та навчальної
роботи
_____ Сергій РАДІО

РЕКОМЕНДОВАНО

Вченої радою економічного
факультету
Протокол № ___ від _____
Голова вченої ради
_____ Тетяна ОРЄХОВА

Експерт з якості
спеціальності 075 Маркетинг
_____ Олена БОЄНКО

Декан економічного факультету
_____ Тетяна ОРЄХОВА

ІНІЦІЙОВАНО:

Кафедрою маркетингу
та бізнес-аналітики
Протокол № 11 від 09.04.2024 р.

Завідувач кафедри
_____ Олена БОЄНКО

ПРОЄКТНА ГРУПА

Гарант:
_____ Тетяна ЯНЧУК

Члени групи:
_____ Олена БОЄНКО
_____ Андрій ТАРАНИЧ

РЕЦЕНЗЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Мальчик Мар'яна Василівна – завідувачка кафедри маркетингу Національного університеті водного господарства та природокористування, докторка економічних наук, професорка.

Тараненко Ірина Всеволодівна – професорка кафедри міжнародного маркетингу Університету імені Альфреда Нобеля, докторка економічних наук, професорка.

Яременко Олександр Вікторович – директор ТОВ «Санаторно-туристичне підприємство «Свіжий вітер».

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1 - Загальна інформація	
Тип диплому та обсяг програми (в кредитах ЄКТС)	Диплом бакалавра, одиничний, тривалість програми – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців
Заклад вищої освіти	Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine
Акредитаційна організація	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
Період акредитації	Сертифікат про акредитацію НД № 0289333 від 21 серпня 2017 р., термін дії – 01 липня 2025 р.
Рівень програми	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – First cycle, EQFLLL – 6 рівень, рівень освіти - перший (бакалаврський)
Обмеження щодо форм навчання	Немає
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Degree Bachelor Спеціальність – 075 «Маркетинг» Program Subject Area 075 Marketing Спеціалізація – немає Освітня програма – Маркетинг Study Program Marketing
Міжнародна стандартна класифікація освіти	0414 Marketing and advertising
Передумови	Згідно вимог ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності в неї повної загальної середньої освіти (3 та 4 рівні національної рамки кваліфікацій) або ступінь молодшого бакалавра (5 рівень НРК). Вимоги до вступу визначаються Правилами прийому на освітньо-професійну програму бакалавра.
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Опис ОП "Маркетинг", СО БАКАЛАВР

2 - Мета освітньої програми	
<p>Підготовка високоінтелектуальних, конкурентоспроможних професіоналів-інноваторів у сфері маркетингу, здатних здійснювати фахову діяльність, визначати тренди в галузі та впливати на трансформації в економіці держави на принципах соціальної відповідальності.</p>	
3 – Характеристика освітньої програми	
<p>Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація)</p>	<p>Галузь знань 07 – Управління та адміністрування. Спеціальність 075 – Маркетинг</p> <p><i>Об’єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Фокус програми: загальна / спеціальна</p>	<p>Загальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова політика, маркетингове середовище, інструменти маркетингу, маркетингові дослідження, ринок, поведінка споживача, маркетингові комунікації, логістика, маркетингове ціноутворення, товарна інноваційна політика, міжнародний маркетинг, брендинг, інтернет-маркетинг.</p>

Орієнтація програми	Освітньо-професійна
Особливості програми	<p>Особливості освітньо-професійної програми полягають у наступному:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ поєднання класичних та інноваційних методів навчання; ❖ запровадження інноваційного підходу при формуванні індивідуальної освітньої траєкторії за допомогою програмного забезпечення; ❖ формування фахових компетентностей на основі принципів інноваційності та креативності з використанням Digital-технологій та інструментарію Інтернет-маркетингу; ❖ залучення практиків до навчального процесу та можливість отримання додаткових компетентностей під час постійно діючого наукового гуртка «Marketing – the next level» ❖ широкі можливості академічної мобільності для здобувачів; ❖ врахування досвіду провідних ЗВО України та кращих іноземних освітніх програм в сфері маркетингу при формуванні освітніх компонентів. topuniversities.com/programs/marketing]
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за Національного класифікатора України «Класифікатор професій» (ДК 003:2010), які зазначено у розділі 3 «Фахівці» за кодами професійних угруповань:</p> <ul style="list-style-type: none"> 3415 - Технічні та торговельні представники 3415 - Агент комерційний 3415 – Агент торговельний 3415 Мерчендайзер 3415 Торговець промисловий 3416 -Закупник 3419 Організатор із збуту 3419 Організатор з постачання 3421 - Брокер (посередник) з купівлі-продажу товарів 3429 - Представник з реклами 3429 - Агент рекламний 3429 - Торговець (Обслуговування бізнесу та реклами)

	<p>3436.1 - Помічник керівника підприємства (установи, організації) 3436.2 - Помічник керівника іншого основного підрозділу 3436.3 - Помічник керівника малого підприємства без апарату управління 3439 - Фахівець з інтерв'ювання</p> <p>Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати себе на підприємствах усіх галузей промисловості та сільського господарства; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у фінансовій сфері; у сфері digital-маркетингу тощо.</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<p>5 - Викладання та оцінювання</p>	
<p>Підходи до викладання та навчання</p>	<p><i>Стратегії навчання:</i> проблемно-орієнтоване, студентоцентроване навчання та ініціативне самонавчання.</p> <p><i>Методи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - активні (аналіз конкретних ситуацій; проблемні, інтерактивні, проєктні, ділові ігри; робота в малих групах; дискусії; завдання творчого характеру із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проєктів, «мозкового штурму» та генерації ідей; практична підготовка на підприємствах та організаціях); - пасивні (лекційні заняття, самостійна робота на основі підручників, методичних рекомендацій, конспектів, додаткової літератури); - активно-пасивні (консультації із викладачами, підготовка та публікація наукових статей, тез доповідей, конкурсних студентських робіт за фахом, написання та захист курсових робіт тощо)
<p>Система оцінювання</p>	<p>Відповідно до Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти, що діє у ДонНУ імені Василя Стуса:</p> <p><i>Поточний контроль</i> (усне та тестове опитування, есе, презентації науково-творчих робіт, захист проєктів, тощо);</p> <p><i>Підсумковий контроль</i> (усні та письмові екзамени, диференційовані заліки з навчальної та</p>

	<p>виробничої практичної підготовки; захист курсових робіт, атестаційні экзамени за фахом).</p> <p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відкритість та зрозумілість системи оцінювання знань здобувачів освіти; - ознайомлення здобувачів вищої освіти на початку вивчення дисципліни зі всіма формами контрольних заходів і критеріями їх оцінювання; - подолання елементів суб'єктивізму екзаменаторів при оцінювання знань; - наявність офіційної процедури оскарження результатів контрольних заходів та їх повторного проходження; - порядок оцінювання знань здобувачів є доступними для всіх учасників освітнього процесу. - оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановленого Порядку.
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	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p>

	<p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p>

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної 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.

СК15. Здатність формувати та застосовувати інформаційну підтримку з використанням сучасного програмного забезпечення задля досягнення маркетингових цілей.

СК16. Здатність впровадження ефективного маркетингу в діяльність державних органів управління.

СК17. Здатність використовувати професійно-орієнтовані знання та практичні навички в організації торгівлі.

СК18. Здатність використовувати інструменти і технології маркетингу в різних галузях і сферах діяльності.

СК19. Здатність використовувати інструменти та технології логістики в організації маркетингової діяльності.

7 - Програмні результати навчання

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
- P19. Здійснювати аналіз поведінки ринкових суб'єктів за допомогою Інтернет-сервісів.*
- P20. Вміти розробляти та застосовувати маркетингові технології в сфері державного управління.*
- P21. Демонструвати вміння застосовувати методи та інструменти маркетингу в окремих галузях та сферах діяльності з урахуванням особливостей поведінки їх суб'єктів.*
- P22. Вміти знаходити оптимальні варіанти прийняття рішень щодо управління матеріальними та інформаційними потоками в ланцюгах постачання.*

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>До реалізації освітньо-професійної програми залучаються науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформулювати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми.</p> <p>Гарант, члени проєктної групи і група забезпечення спеціальності відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. До викладання професійних дисциплін залучаються практики та бізнес-тренери.</p> <p>Кадровий склад, задіяний в навчальному процесі, відповідає «академічній» та «професійній» кваліфікації. Всі члени групи забезпечення спеціальності мають публікації в індексованих наукометричних виданнях Scopus та WoS.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень повністю відповідає пп. 33-35 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p> <p>Університет надає можливість безкоштовного доступу до наукометричних баз даних «Scopus» та «Web of Science», повнотекстових електронних колекцій книг та журналів проєкту Research4Life, що містить понад 200 000 ресурсів, з IP-адрес Університету».</p> <p>Матеріально-технічне забезпечення ДонНУ імені Василя Стуса включає: навчальні корпуси, Хмельницьку філію «Бізнес-інноваційний центр «ДонНУ – Поділля», наукову бібліотеку з читальними залами в кожному корпусі, функціонуючий репозиторій, сучасні навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, міжкафедральну навчально-методичну лабораторію організаційно-методичного забезпечення підготовки фахівців у сфері міжнародних економічних відносин та маркетингу.</p> <p>Всі навчальні корпуси забезпечені безкоштовний доступ до мережі Інтернет завдяки технології Wi-Fi.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p><i>Інформаційний пакет:</i></p> <p>Інформаційне забезпечення включає доступ до:</p> <ul style="list-style-type: none">- онлайн-бібліотеки Університету;- електронної бази наукових журналів;- бази електронних бібліотечних ресурсів світу. <p><i>Навчально-методичне забезпечення:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> - силабуси навчальних дисциплін та робочі програми практичної підготовки; - посібники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій; - методичні вказівки до написання курсової роботи; лабораторних практикумів, практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти; - інші навчально-методичні матеріали. <p>Навчально-методичні матеріали освітніх компонент розташовано на порталі економічного факультету, дистанційній платформі Moodle та OneDrive (з наданням доступу здобувачам вищої освіти), в Google Classroom та корпоративній платформі Microsoft Teams (Microsoft 365).</p>
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Реалізується в Донецькому національному університеті імені Василя Стуса відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами: Положенням про реалізацію права на академічну мобільність в Донецькому національному університеті імені Василя Стуса, Положенням про організацію освітньої діяльності в ДонНУ імені Василя Стуса.</p> <p>Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом.</p> <p>Здобувачі вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Організація міжнародної кредитної мобільності здійснюється відповідно до програм («Еразмус+») та договорів про співробітництво між Університетом та закладами вищої освіти країн-партнерів.</p> <p>Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.</p>
Навчання іноземних здобувачів	Не передбачено.

2. КАТАЛОГ КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІКО-СТРУКТУРНА СХЕМА

2.1 Перелік освітніх компонент

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практична підготовка, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
ОК-1	Політична економія	4	Усний екзамен
ОК-2	Вища математика та теорія ймовірностей	8	Залік. Письмовий екзамен
ОК-3	Іноземна мова	10	Залік, залік, залік, усний екзамен
ОК-4	Ділова українська мова	3	Залік
ОК-5	Інформаційні технології в економіці та управлінні	5	Усний екзамен
ОК-6	Вступ до фаху	4	Усний екзамен
ОК-7	Основи підприємницької діяльності	4	Усний екзамен
ОК-8	Поведінкова психологія	4	Усний екзамен
ОК-9	Мікроекономіка	5	Усний екзамен
ОК-10	Макроекономіка	5	Усний екзамен
ОК-11	Громадянська освіта	3	Залік
ОК-12	Правознавство	4	Усний екзамен
ОК-13	Проектування торгівельних об'єктів та техніка продажів	5	Усний екзамен
ОК-14	Економіка підприємства	4	Усний екзамен
ОК-15	Маркетинг	8	Залік. Усний екзамен
ОК-16	Курсова робота	3	Диференційований залік
ОК-17	Креативний маркетинг	4	Екзамен
ОК-18	Статистика	4	Письмовий екзамен
ОК-19	Навчальна (ознайомча) практична підготовка	3	Диференційований залік
ОК-20	Маркетинг особистості	3,5	Усний екзамен
ОК-21	Менеджмент	4	Усний екзамен
ОК-22	Планування маркетингової діяльності	3,5	Усний екзамен
ОК-23	Державний та соціально-відповідальний маркетинг	3,5	Усний екзамен
ОК-24	Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності	4	Усний екзамен
ОК-25	Маркетинг територій	3,5	Залік
ОК-26	Міжнародні економічні відносини	4	Усний екзамен
ОК-27	Бухгалтерський облік	4	Усний екзамен
ОК-28	Фінанси, гроші та кредит	4	Усний екзамен

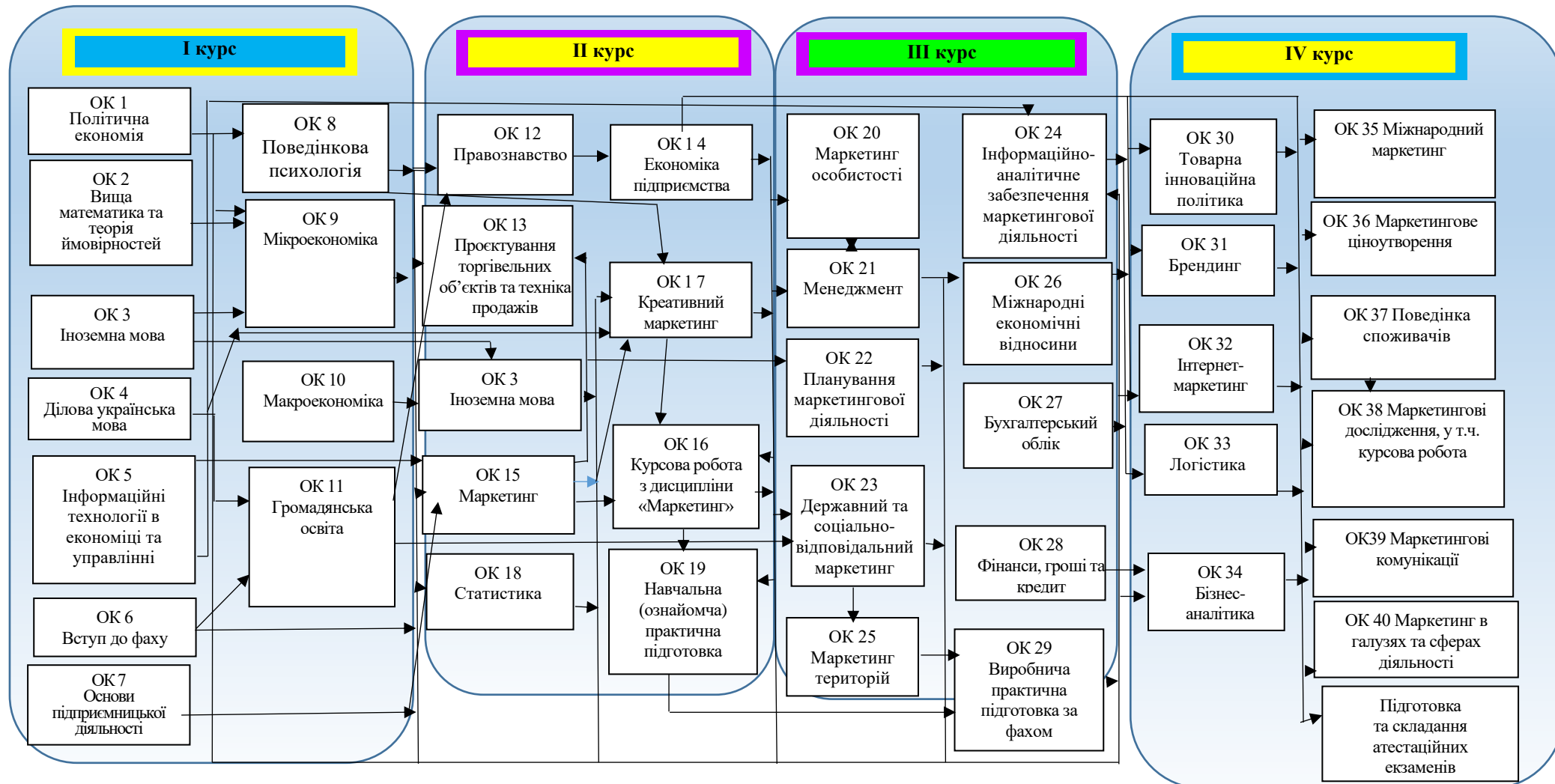
Продовження таблиці

1	2	3	4
ОК-29	Виробнича практична підготовка за фахом	6	Диференційований залік
ОК-30	Товарна інноваційна політика	4	Усний екзамен
ОК-31	Брендинг	4	Усний екзамен
ОК-32	Інтернет-маркетинг	4	Усний екзамен
ОК-33	Логістика	4	Усний екзамен
ОК-34	Бізнес-аналітика	3,5	Залік
ОК-35	Міжнародний маркетинг	4	Усний екзамен
ОК-36	Маркетингове ціноутворення	4	Усний екзамен
ОК-37	Поведінка споживачів	4	Усний екзамен
ОК-38	Маркетингові дослідження, в т.ч. курсова робота	6	Усний екзамен. Диференційований залік
ОК-39	Маркетингові комунікації	4	Усний екзамен
ОК-40	Маркетинг в галузях та сферах діяльності	4	Залік
	Підготовка та складання атестаційних екзаменів	4,5	Атестаційні екзамени
Загальний обсяг дисциплін професійної та практичної підготовки		180	
Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти			
	Дисципліна за вибором (з переліку світоглядних дисциплін)	5	Залік
	Дисципліна за вибором (з переліку практико-орієнтованих дисциплін)	5	Залік
Дисципліни за вибором (Варіант 1 - MINOR)			
	Дисципліна 1,2	10	Залік, залік
	Дисципліна 3,4	10	Залік, залік
	Дисципліна 5,6	10	Залік, залік
	Дисципліна 7,8	10	Залік, залік
	Дисципліна 9,10	10	Залік, залік
	<i>Всього</i>	50	
Варіант 2 - Сертифікатна освітня програма + набір вибіркового дисциплін			
СЕРТИФІКАТНА ОСВІТНЯ ПРОГРАМА			
	Дисципліна 1,2	10	Залік, залік
	Дисципліна 3,4	10	Залік, залік

Закінчення таблиці

1	2	3	4
	Дисципліна 5	5	Залік
	Дисципліна 6	5	Залік
	Дисципліни з переліку*	10	Залік, залік
	Дисципліни з переліку*	10	Залік, залік
	<i>Всього</i>	50	
Варіант 3 - Набір вибіркових дисциплін			
	Дисципліни з переліку*	10	Залік
	Дисципліни з переліку*	10	Залік
	Дисципліни з переліку*	10	Залік
	Дисципліни з переліку*	10	Залік
	Дисципліни з переліку*	10	Залік
	<i>Всього</i>	50	
Загальний обсяг дисциплін за вибором здобувача вищої освіти		60	
Загальний обсяг освітньої програми		240	

2.2 ЛОГІКО-СТРУКТУРНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРА МАРКЕТИНГУ



Дисципліна за вибором з переліку світоглядних дисциплін 5 кредитів

Варіант 1 (Minor)

Дисципліни 1, 2 5x2 кредитів	Дисципліни 3, 4 5x2 кредитів	Дисципліни 5, 6 5x2 кредитів	Дисципліни 7, 8 5x2 кредитів	Дисципліна 9, 10 5x2 кредитів
---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Варіант 2 СОП+дисципліни за вибором

Дисципліна 1, дисципліна з переліку 5x2 кредитів	Дисципліна 2, дисципліна з переліку 5x2 кредитів	Дисципліни 3, 4 5x2 кредитів	Дисципліна 5, дисципліна з переліку 5x2 кредитів	Дисципліна 6, дисципліна з переліку 5x2 кредитів
---	---	---------------------------------	---	---

Дисципліна за вибором з переліку практико-орієнтованих дисциплін 5 кредитів

Варіант 3 – вибір дисциплін

Дисципліни з переліку 10 кредитів	Дисципліни з переліку 10 кредитів	Дисципліни з переліку 10 кредитів	Дисципліни з переліку 10 кредитів	Дисципліни з переліку 10 кредитів
--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------

3. ВИЗНАЧЕННЯ ФОРМ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі атестаційних екзаменів.
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	<p>Комплексні атестаційні екзамени передбачають оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою.</p> <p>Здобувачі вищої освіти мають продемонструвати відповідність сформованих компетентностей та досягнутих результатів навчання вимогам освітньої програми.</p>

4. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Процедури заходи забезпечення якості освіти	<p>Відповідно до Стратегії розвитку Донецького національного університету імені Василя Стуса 2017 – 2025 рр. одним з наскрізних завдань є забезпечення якості вищої освіти. На виконання вимог національного освітнього законодавства процедури та заходи забезпечення якості освіти в Університеті регулюються «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» та реалізуються через «Систему заходів внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Донецькому національному університеті імені Василя Стуса».</p> <p>В Університеті функціонує Рада з якості вищої освіти, діяльність якої регулюється відповідним Положенням та має на меті успішне впровадження системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти задля досягнення стратегічних пріоритетів Університету.</p>
Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм	Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм провадиться відповідно до локальних нормативних документів Університету. Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регламентуються «Положенням про освітню програму у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» та «Положенням про організацію освітньої

	<p>діяльності у Донецькому національному університету імені Василя Стуса».</p> <p>Крім того, в Університеті запроваджене щосеместрове опитування здобувачів вищої освіти щодо якості освітнього процесу та якості викладання навчальних дисциплін. Опитування проводиться за допомогою онлайн сервісів, зокрема автоматизованої системи опитувань «ФОРУМ». Результати опитування обов'язково враховуються при перегляді існуючих та формуванні нових ОП усіх рівнів.</p>
<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється відповідно до «Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса». Обов'язковим є ознайомлення здобувачів вищої освіти з видами роботи та критеріями оцінювання з кожної дисципліни на початку семестру, що забезпечує прозорість та співвідповідальність викладача та здобувача в процесі навчання та оцінювання результатів навчання.</p>
<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</p>	<p>Згідно з «Положенням про підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» всі викладачі, які залучені до реалізації освітнього процесу в рамках ОП, пройшли підвищення кваліфікації впродовж останніх п'яти років. Положення регулює усі формальні аспекти підвищення кваліфікації, в тому числі професійного розвитку викладачів. Крім того, Університет підтримує та заохочує участь викладачів у внутрішньокорпоративних програмах навчання та підвищення кваліфікації (наприклад, «Майстерня «Teaching Art»).</p>
<p>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</p>	<p>В Університеті функціонує єдина інформаційна система управління, як програмно-апаратний комплекс, що забезпечує низку основних функцій роботи з документами та базами даних в електронному вигляді з використанням хмарних технологій, спеціалізованого програмного забезпечення та ІТ-сервісів Офіс-365. В усіх навчальних корпусах забезпечений доступ до мережі Інтернет завдяки технології Wi-Fi.</p> <p>Автоматизація основних функцій управління освітнім процесом запроваджено на базі програмно-технологічного комплексу АС «Деканат».</p> <p>Окремо здійснюється періодичний аналіз щодо відповідності ліцензійним умовам, підсистеми збору, обробки та збереження інформації в «Єдиній електронній базі даних з питань освіти».</p>

<p>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</p>	<p>З метою забезпечення інформаційної відкритості університету та виконання вимог законів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», на офіційному сайті університету створений спеціальний розділ «Інформаційна відкритість», в якому зібрано посилання на всі публічні документи та публічну інформацію.</p> <p>Інформацію про ОП, ступені вищої освіти та кваліфікації розміщено на офіційних веб-ресурсах Університету та відділу аспірантури та докторантури, а також на цих ресурсах проводиться громадське обговорення проєктів ОП.</p>
<p>Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі запобігання та виявлення академічного плагіату</p>	<p>Забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу регламентується Кодексом академічної доброчесності та корпоративної етики. Органом, що здійснює контроль за дотриманням академічної доброчесності учасниками освітнього процесу в Університеті є Комісія з академічної доброчесності та корпоративної етики.</p> <p>Результати роботи Комісії регулярно оприлюднюються на офіційних ресурсах Університету.</p> <p>Для запобігання та виявлення плагіату в наукових дослідженнях працівників та здобувачів вищої освіти в Університеті діє система запобігання та виявлення плагіату з широким використанням спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>Для захисту прав здобувачів вищої освіти функціонує посада омбудсмена, що призначається Комісією з урахування думки студентської ради Університету та Ради з якості вищої освіти на основі конкурсного відбору. Омбудсмен сприяє здобувачам вищої освіти у вирішенні питань щодо реалізації ними своїх прав в академічному середовищі.</p>

6. Матриця відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам освітньої програми

Освітні компонент и	Компетентності																																				
	Загальні компетентності														Спеціальні компетентності																						
	ІК	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	СК15	СК16	СК17	СК18	СК19			
OK1	+			+	+			+																		+											
OK2	+			+	+			+	+																												
OK3	+				+						+																										
OK4	+			+									+																								
OK5	+										+														+							+					
OK6	+				+							+				+																					
OK7	+					+						+			+													+									
OK8	+											+	+			+																					
OK9	+			+				+			+		+										+														
OK10	+				+			+								+																					
OK11	+	+										+			+																						
OK12	+	+													+																						
OK13	+			+			+		+	+											+	+		+	+	+						+					
OK14	+						+	+				+											+							+							
OK15	+			+	+		+	+						+	+	+		+	+		+			+													
OK16	+			+			+	+	+	+								+	+	+	+		+	+						+							
OK17	+			+	+																			+				+									
OK18	+			+				+	+												+						+										
OK19	+				+		+	+				+			+	+	+						+	+													
OK20	+						+					+					+																				
OK21	+			+	+			+				+													+	+			+	+							
OK22	+			+			+	+	+	+								+	+	+	+	+	+				+	+	+								
OK23	+	+	+									+		+					+										+			+					
OK24							+			+															+								+				

7. Матриця відповідності термінів результатів навчання компонентам освітньої програми

Освітні компоненти	Результати навчання																					
	P-1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	P-7	P-8	P-9	P-10	P-11	P-12	P-13	P-14	P-15	P-16	P-17	P-18	P-19	P-20	P-21	P-22
OK1			+																			
OK2			+																			
OK3												+					+					
OK4												+					+					
OK5							+															
OK6															+	+		+				
OK7													+		+							
OK8												+		+								
OK9				+							+											
OK10				+							+											
OK11												+			+							
OK12															+			+				
OK13					+		+			+												
OK14				+							+											
OK15	+		+			+			+							+						
OK16				+	+	+																
OK17								+				+										
OK18		+		+		+																
OK19			+									+				+						
OK20													+			+						
OK21				+						+			+	+								
OK22				+		+			+													
OK23															+			+			+	
OK24					+		+												+			

