МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету «Житомирська політехніка»

Голова Вченої ради

_____ Віктор ЄВДОКИМОВ

(протокол від 17 червня 2022 р. №7)

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2022 р.

Ректор

_____ Віктор ЄВДОКИМОВ

(наказ від 17 червня 2022 р. № 223/од)

Житомир – 2022

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (затверджено і введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 05 грудня 2018 р. № 1343) робочою групою:

ЮШКЕВИЧ Олена – гарант ОПП, д.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту і підприємництва;

ТКАЧУК Ганна – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту і підприємництва;

ПАЩЕНКО Ольга – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту і підприємництва;

ЗАВАЛІЙ Тетяна – член робочої групи, PhD, асистент кафедри менеджменту і підприємництва;

ЮРКІВСЬКА Людмила – член робочої групи, к.е.н., доц., начальник відділу маркетингу та реклами АТ «Житомирський маслозавод».

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління і адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1–Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний університет «Житомирська політехніка» Факультет бізнесу та сфери обслуговування Кафедра менеджменту і підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Перший (бакалаврський) рівень Кваліфікація: бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний Обсяг освітньої програми в ЄКТС: - на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	відсутня
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта або наявність освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Постійно
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=6347
2 – Мета освітньої програми	
Мета - підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, фундаментальними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські завдання. Цілі: - підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності; - формування фахової компетентності щодо вміння управляти маркетинговою діяльністю підприємства на основі використання сучасних досягнень у сфері науки та технологій в умовах розвитку цифрового суспільства, процесів глобалізації, а також становлення соціально-відповідального бізнесу	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань,	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг

спеціальність, спеціалізація)	*Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних і 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 і 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
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта з маркетингу за спеціальністю 075 «Маркетинг». Основний фокус підготовки бакалаврів маркетингу полягає у підготовці фахівців у сфері маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного провадження маркетингової діяльності на рівні окремого суб'єкта господарювання через дослідження ринків, планування та організацію товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик на основі застосування інноваційних методів, сучасних технологій, з урахуванням світового досвіду у сфері маркетингу та необхідності гармонізації комерційної спрямованості бізнесу з соціальною відповідальністю та екологічними принципами. *Ключові слова:* маркетинг, ринок, конкуренція, маркетолог, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика розподілу, логістика, маркетингова комунікаційна політика, зв'язки з громадськістю, реклама, інтернет-маркетинг, поведінка споживача, бренд, міжнародний маркетинг
Опис предметної області	Програма базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сьогоднішнього стану економіки, орієнтує на актуальні спеціальності, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра (теоретична та прикладна). Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок з маркетингової, економічної, рекламної та управлінської діяльності підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища, вмінням ведення бізнесу в Інтернет-середовищі. Формує маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати інноваційні стратегічні рішення щодо вимог ринку, які швидко змінюються. У програмі здійснюється акцент на вивчені іноземної мови професійного спрямування
Особливості	Програма пропонує комплексний підхід до здобуття теоретичних

програми	знань у сфері маркетингу, зокрема у контексті окремих суб'єктів господарювання, так і цілих ринків національного і міжнародного рівнів. Основою є класична маркетингова модель «4Р», яка охоплює основні складові маркетингу – товар, ціну, розподіл і комунікації (просування). Практичні аспекти маркетингу вивчаються на основі кейсів провідних компаній України та світу. До викладання долучаються провідні експерти-практики з маркетингу. Передбачені можливості участі здобувачів вищої освіти у програмах міжнародної академічної мобільності
4 – Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи (відповідно до класифікатора професій ДК 003:2010 та Закону України «Про освіту» (прийнятий від 05.09.2017, набрав чинності 28.09.2017)) 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.3 Рекламіст 3415 Агент торговельний 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор з постачання 3415 Комівояжер 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня за будь-якою галуззю знань
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самоосвіта, навчання на основі досліджень. Організація освітнього процесу здійснюється у наступних формах: навчальні заняття (лекції, практичні заняття, лабораторні заняття, консультації); самостійна робота; практична підготовка; контрольні заходи. Технології навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі); самонавчання тощо. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів. Індивідуальне наукове консультування керівником. Навчання через навчальну, виробничу та переддипломну практику
Оцінювання	Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд. Усні та письмові екзамени. Проміжний контроль у формі звітів з навчальної, виробничої та переддипломної практик. Захист курсового проєкту. Мультимедійна презентація результатів дослідження кваліфікаційної роботи. Публічний захист кваліфікаційної роботи. Апробація результатів досліджень на наукових конференціях. Публікація результатів досліджень у фахових наукових виданнях
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	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного)

(ЗК)	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
Спеціальні компетентності (СК)	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 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 кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності
7 – Програмні результати навчання	
Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. 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. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

	ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Гарант ОП «Маркетинг», науково-педагогічні працівники кафедри менеджменту і підприємництва, а також інших кафедр університету, які забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, та мають підтверджений рівень наукової і професійної активності. Кадрове забезпечення освітньої програми відповідає Ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти. У процесі організації освітнього процесу залучаються професіонали-практики з досвідом роботи за фахом
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми з підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідає Ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Офіційний вебсайт https://ztu.edu.ua/ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми доступні на освітньому порталі університету https://learn.ztu.edu.ua/
10 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність реалізується в рамках договорів про встановлення науково-освітянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки, укладених з закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Державним університетом «Житомирська політехніка» та закордонними закладами вищої освіти
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах, якщо чинним законодавством України не передбачено інший порядок

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	*2*	*3*	*4*
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Українська мова та академічне письмо	3,0	Екзамен
ОК 2.	Вища математика та теорія ймовірностей	4,0	Залік
ОК 3.	Фізичне виховання	3,0	Залік
ОК 4.	Іноземна мова	12,0	Залік
ОК 5.	Розвиток комунікаційних навичок	3,0	Залік
ОК 6.	Економічна історія та культура України	3,0	Залік
ОК 7.	Філософія	3,0	Екзамен
ОК 8.	Соціологія	3,0	Залік
ОК 9.	Статистика	4,0	Залік
ОК 10.	Цифровізація документообороту та електронний офіс	8,0	Залік
ОК 11.	Господарське право	4,0	Екзамен
ОК 12.	Менеджмент	4,0	Екзамен
ОК 13.	Основи маркетингу	4,0	Екзамен
ОК 14.	Економічна теорія та основи функціонування підприємства	3,0	Екзамен
ОК 15.	Основи бухгалтерського обліку	4,0	Екзамен
ОК 16.	Підприємництво та основи бізнесу	4,0	Екзамен
ОК 17.	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	7,0	Залік, екзамен
ОК 18.	Економіка підприємства *Курсова робота*	3,0	Екзамен, *диф. залік*
ОК 19.	Інфраструктура товарного ринку	3,0	Залік
ОК 20.	Поведінка споживача	4,0	Екзамен
ОК 21.	Маркетингові дослідження *Курсова робота*	3,0	Екзамен, *диф. залік*
ОК 22.	Маркетингова товарна політика	5,0	Екзамен
ОК 23.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12,0	Залік, екзамен
ОК 24.	Бренд-менеджмент	4,0	Екзамен
ОК 25.	Маркетингова цінова політика	3,0	Екзамен
ОК 26.	Інтернет-маркетинг	3,0	Екзамен
ОК 27.	Маркетингові комунікації	4,0	Екзамен
ОК 28.	Маркетингова політика розподілу	4,0	Екзамен
ОК 29.	Логістика	3,0	Залік
ОК 30.	Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі	5,0	Екзамен
ОК 31.	Міжнародний маркетинг	5,0	Екзамен
ОК 32.	Маркетинг у виробничій і невиробничій сферах	5,0	Екзамен
ОК 33.	Аналітика в маркетингу	5,0	Залік
ОК 34.	Організація зовнішньоекономічної діяльності	5,0	Залік
ОК 35.	Управління рекламною діяльністю	5,0	Екзамен
ОК 36.	Бізнес-ризики та антикризове управління	5,0	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**162,0**	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1.Х	Дисципліна №1	3,0	Залік
ВК 1.Х	Дисципліна №2	3,0	Залік
ВК 1.Х	Дисципліна №3	4,0	Залік
ВК 2.1	Дисципліна професійної підготовки №1	5,0	Залік
ВК 2.2	Дисципліна професійної підготовки №2	5,0	Залік
ВК 2.3	Дисципліна професійної підготовки №3	5,0	Залік
ВК 2.4	Дисципліна професійної підготовки №4	5,0	Залік
ВК 2.5	Дисципліна професійної підготовки №5	5,0	Залік
ВК 2.6	Дисципліна професійної підготовки №6	5,0	Залік
ВК 2.7	Дисципліна професійної підготовки №7	5,0	Залік

1	*2*	*3*	*4*
ВК 2.8	Дисципліна професійної підготовки №8	5,0	Залік
ВК 2.9	Дисципліна професійної підготовки №9	5,0	Залік
ВК 2.10	Дисципліна професійної підготовки №10	5,0	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**60,0**	
Практична частина			
ОК 37.	Навчальна практика	3,0	Диф. залік
ОК 38.	Навчальна практика	3,0	Диф. залік
ОК 39.	Виробнича практика	3,0	Диф. залік
ОК 40.	Переддипломна практика	3,0	Диф. залік
ОК 41.	Кваліфікаційна робота	6,0	Публічний захист
Загальний обсяг практичної частини:		**18,0**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:		**240,0**	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Шифр за ОПП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Заг. обсяг годин	Форма підсумк. контролю
І курс, І семестр				
ОК 1	Українська мова та академічне письмо	3,0	90	екзамен
ОК 2	Вища математика та теорія ймовірностей	4,0	120	залік
ОК 3	Фізичне виховання	3,0	90	залік
ОК 4	Іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 9	Статистика	4,0	120	залік
ОК 10	Цифровізація документообороту та електронний офіс	4,0	120	залік
ОК 11	Господарське право	4,0	120	екзамен
ОК 12	Менеджмент	4,0	120	екзамен
		29,00		
І курс, ІІ семестр				
ОК 4	Іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 5	Розвиток комунікаційних навичок	3,0	90	залік
ОК 6	Економічна історія та культура України	3,0	90	залік
ОК 10	Цифровізація документообороту та електронний офіс	4,0	120	залік
ОК 13	Основи маркетингу	4,0	120	екзамен
ОК 14	Економічна теорія та основи функціонування підприємства	3,0	90	екзамен
ОК 15	Основи бухгалтерського обліку	4,0	120	екзамен
ОК 16	Підприємництво та основи бізнесу	4,0	120	екзамен
ОК 37	Навчальна практика	3,0	90	диф. залік
		31,00		
ІІ курс, ІІІ семестр				
ОК 4	Іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 7	Філософія	3,0	90	екзамен
ОК 17	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	3,5	105	залік
ОК 18	Економіка підприємства *Курсова робота з навчальної дисципліни «Економіка підприємства»*	3,0	90	екзамен, *диф. залік*
ОК 19	Інфраструктура товарного ринку	3,0	90	залік
ОК 20	Поведінка споживача	4,0	120	екзамен
ВК 2.1	Дисципліна професійної підготовки №1	5,0	150	залік
ВК 2.2	Дисципліна професійної підготовки №2	5,0	150	залік
		29,50		
ІІ курс, IVсеместр				
ОК 4	Іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 8	Соціологія	3,0	90	залік
ОК 17	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	3,5	105	екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження *Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»*	3,0	90	екзамен, *диф. залік*
ОК 22	Маркетингова товарна політика	5,0	150	екзамен
ВК 2.3	Дисципліна професійної підготовки №3	5,0	150	залік
ВК 2.4	Дисципліна професійної підготовки №4	5,0	150	залік
ОК 38	Навчальна практика	3,0	90	диф. залік

		30,5		
III курс, V семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №1	3,0	90	залік
ВК 1.Х	Дисципліна №2	3,0	90	залік
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	залік
ОК 24	Бренд-менеджмент	4,0	120	екзамен
ОК 25	Маркетингова цінова політика	3,0	90	екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг	3,0	90	екзамен
ВК 2.5	Дисципліна професійної підготовки №5	5,0	150	залік
ВК 2.6	Дисципліна професійної підготовки №6	5,0	150	залік
		29,00		
III курс, VI семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №3	4,0	120	залік
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	залік
ОК 27	Маркетингові комунікації	4,0	120	екзамен
ОК 28	Маркетингова політика розподілу	4,0	120	екзамен
ОК 29	Логістика	3,0	90	залік
ВК 2.7	Дисципліна професійної підготовки №7	5,0	150	залік
ВК 2.8	Дисципліна професійної підготовки №8	5,0	150	залік
ОК 39	Виробнича практика	3,0	90	диф. залік
		31,00		
IV курс, VII семестр				
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	залік
ОК 30	Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі	5,0	150	екзамен
ОК 31	Міжнародний маркетинг	5,0	150	екзамен
ОК 32	Маркетинг у виробничій і невиробничій сферах	5,0	150	екзамен
ВК 2.9	Дисципліна професійної підготовки №9	5,0	150	залік
ВК 2.10	Дисципліна професійної підготовки №10	5,0	150	залік
		28,00		
IV курс, VIII семестр				
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	екзамен
ОК 33	Аналітика в маркетингу	5,0	150	залік
ОК 34	Організація зовнішньоекономічної діяльності	5,0	150	залік
ОК 35	Управління рекламною діяльністю	5,0	150	екзамен
ОК 36	Бізнес-ризики та антикризове управління	5,0	150	екзамен
ОК 40	Переддипломна практика	3,0	90	диф. залік
ОК 41	Кваліфікаційна робота	6,0	180	публічний захист
		32,00		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240**	**7200**	

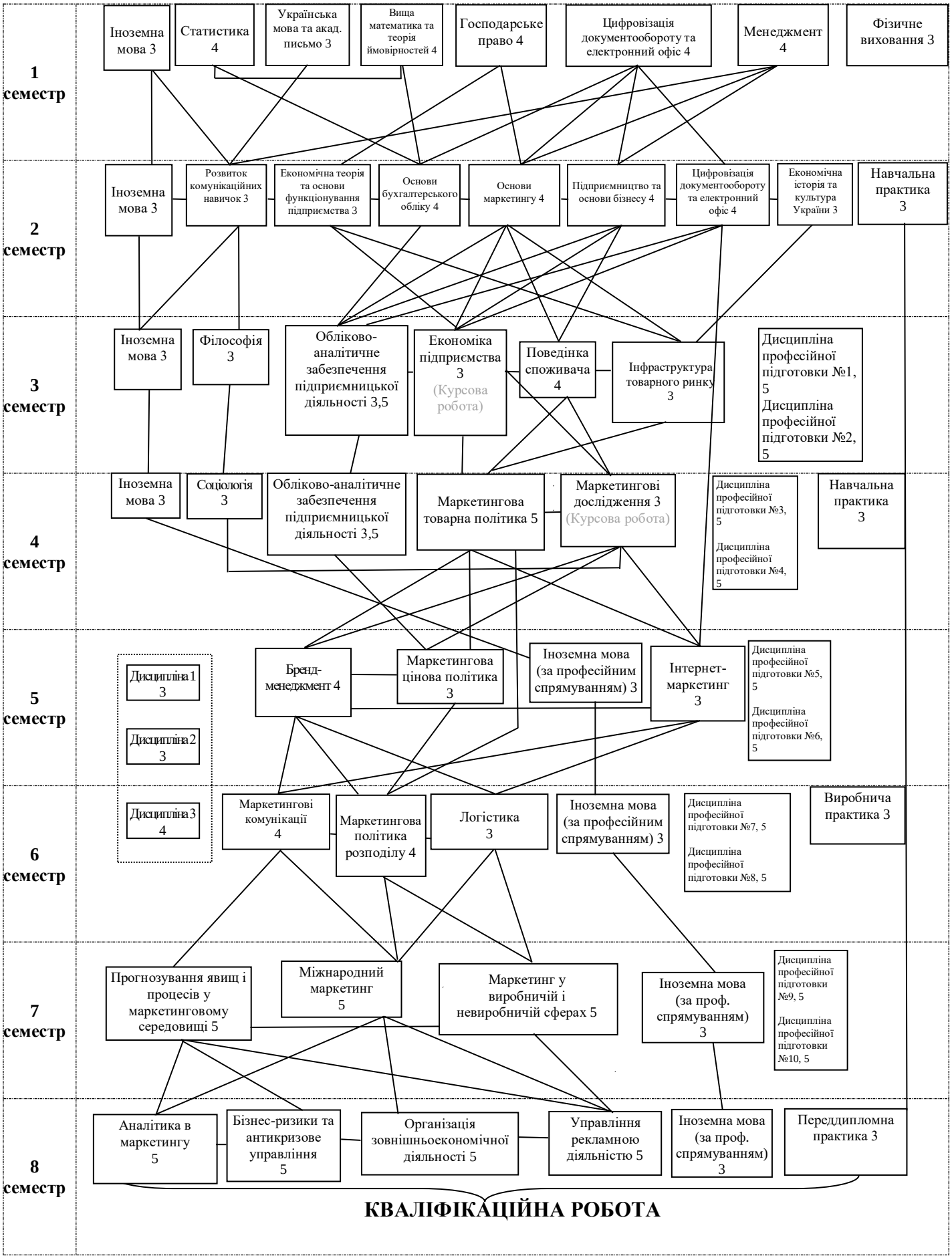


Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП

3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація зі спеціальності здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до якої включаються як професорсько-викладацький склад випускової кафедри, так і представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в сфері управління, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки.

Кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат.

Кваліфікаційна робота має бути розміщена на офіційному вебсайті Житомирської політехніки.

Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи регламентується Методичними рекомендаціями до виконання кваліфікаційної роботи, які затверджені науково-методичною радою Житомирської політехніки.

При захисті кваліфікаційної роботи бакалавр має продемонструвати, що володіє системою спеціальних знань, які здобуті у процесі навчання та практичної підготовки на рівні новітніх досягнень науки у предметній області діяльності, що є запорукою його наукового мислення та творчої професійної, науково-дослідницької діяльності, та вміє:

– працювати з інформаційними джерелами;

– викладати матеріал логічно та аргументовано;

– використовувати новітні дидактичні технології і методи;

– використовувати статистичні та математичні методи для аналізу проблем та обґрунтування управлінських рішень;

– опановувати сучасні наукові методи для проведення теоретичних і емпіричних досліджень;

– використовувати набуті навички для розроблення пропозицій і обґрунтування рекомендацій з предмета дослідження;

– генерувати та обґрунтовувати гіпотези, ідеї, пропозиції у предметній сфері наукових досліджень;

– роботи висновки щодо результатів проведення досліджень.

4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1. Укр.	ОК 2. Вища	ОК 3. Фіз.	ОК 4. Іноз.	ОК 5. Роз.ком.	ОК 6. Іст.	ОК 7. Філ.	ОК 8. Соціол.	ОК 9. Стат.	ОК 10. Цифр.	ОК 11. Право	ОК 12. Мен.	ОК 13. Осн.м.	ОК 14. Екон.т.	ОК 15. Осн.БО	ОК 16. Підпр	ОК 17. Обл.-ан.	ОК 18. Ек. п.	ОК 19. Інф. ТР	ОК 20. Повед.	ОК 21. Марк.д.	ОК 22. Товар.	ОК 23. Іноз.пр.	ОК 24. Бренд.	ОК 25. М.цін.	ОК 26. Інтер.	ОК 27. Комун.	ОК 28. Розп.	ОК 29. Лог.	ОК 30. Прог.	ОК 31. Міжн.	ОК 32. Вир/Н.	ОК 33. Анал.	ОК34. ЗЕД	ОК35. Рекл.	ОК36. Бізн. риз.	ОК37. НП 1	ОК38. НП 2	ОК39. ВП	ОК40. Перед.	ОК41. Квал.
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1						+	+				+																													+
ЗК 2			+			+	+	+																																+
ЗК 3		+							+			+				+								+					+					+			+	+	+	+
ЗК 4	+					+				+																											+	+			+
ЗК 5												+																		+								+	+	+	+
ЗК 6													+						+																				+	+	+
ЗК 7							+					+			+	+						+										+					+	+	+	+	+
ЗК 8					+			+	+											+	+																+	+	+	+	+
ЗК 9					+				+	+															+				+			+							+	+	+
ЗК 10				+																			+																		+
ЗК 11					+							+																											+	+	+
ЗК 12					+									+		+																		+					+		+
ЗК 13																						+								+			+							+
ЗК 14											+		+			+																						+	+	+
СК 1	+												+									+		+	+		+	+								+	+		+	+
СК 2													+									+			+		+	+								+	+			+
СК 3													+	+					+							+				+			+							+
СК 4													+									+			+		+	+										+	+	+	+
СК 5																					+			+		+												+	+	+
СК 6																				+	+					+															+
СК 7															+		+	+		+									+			+	+						+	+	+
СК 8																+	+				+			+						+			+	+		+			+	+	+
СК 9																																			+				+	+	+
СК 10																										+				+			+						+	+	+
СК 11														+				+	+	+									+		+		+			+			+	+	+
СК 12																					+					+															+
СК 13																	+	+												+					+						+
СК 14																	+									+		+			+	+	+	+	+	+					+

5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними обов'язковими компонентами освітньо-професійної програми

	ОК 1. Укр.	ОК 2. Вища	ОК 3. Фіз.	ОК 4. Іноз.	ОК 5.Роз.ком.	ОК 6. Іст.	ОК 7. Філ.	ОК 8. Соціол.	ОК 9. Стат.	ОК 10. Цифр.	ОК 11. Право	ОК 12. Мен.	ОК 13. Осн. м.	ОК 14. Екон.теор	ОК 15. Осн. БО	ОК 16. Підпр	ОК 17. Обл.-ан.	ОК 18. Ек. п.	ОК 19. Інф. ТР	ОК 20. Повед.	ОК 21. Марк.д.	ОК 22. Тов.	ОК 23. Іноз. пр.	ОК 24. Бренд.	ОК 25. М.цін.	ОК 26. Інтер.	ОК 27. Ком.	ОК 28. Розп.	ОК 29. Лог.	ОК 30. Прог.	ОК 31. Міжн.	ОК 32. Вир/Н.	ОК33. Анал.	ОК34. ЗЕД	ОК35. Рекл.	ОК36. Бізн. Риз.	ОК37. НП 1	ОК38. НП 2	ОК39. ВП	ОК40. Перед.	ОК41. Квал.
ПР 1													+								+	+		+	+		+	+						+		+	+	+	+	+
ПР 2		+							+				+	+				+	+	+	+					+			+	+	+		+		+	+			+	+	+
ПР 3															+							+			+	+	+	+		+		+	+	+	+			+	+	+	+
ПР 4									+	+					+		+	+		+	+					+			+	+		+			+		+	+	+	+	+
ПР 5		+											+						+	+	+			+		+							+								+
ПР 6								+				+					+				+	+			+	+	+	+	+			+	+					+	+	+
ПР 7										+																+													+	+	+
ПР 8																								+								+								+
ПР 9																	+													+	+		+			+			+	+	+
ПР 10					+					+			+				+	+					+																+	+	+
ПР 11					+		+						+	+		+					+			+		+			+				+							+
ПР 12	+				+	+	+			+				+																					+	+	+	+	+
ПР 13											+	+				+																	+				+	+	+	+
ПР 14					+							+																	+								+	+	+
ПР 15			+			+	+	+			+		+									+								+				+				+	+	+
ПР 16													+												+													+	+	+
ПР 17	+			+									+									+														+	+	+	+	+
ПР 18						+	+				+																											+	+	+