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

(Із змінами, внесеними згідно з наказами від 28 травня 2024 р. № 295/од)

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою Державного університету «Житомирська політехніка»
Голова Вченої ради
_____ Віктор ЄВДОКИМОВ
(протокол від 28 травня 2024 р. № 6)
Освітня програма (із змінами) вводиться в дію
з 01 вересня 2024 р.
Ректор
_____ Віктор ЄВДОКИМОВ
(наказ від 28 травня 2024 р. № 295/од)

Житомир – 2024

Освітньо-професійна програма затверджена Вченою радою Державного університету «Житомирська політехніка» від 11 серпня 2023 р., протокол № 11. Освітньо-професійна програма введена в дію з 01 вересня 2023 р. наказом ректора від 14 серпня 2023 р. № 395/од.

Освітньо-професійна програма (із змінами та доповненнями) затверджена Вченою радою Державного університету «Житомирська політехніка» від 28 травня 2024 р., протокол № 6. Освітньо-професійна програма (із змінами) введена в дію з 01 вересня 2024 р. наказом ректора від 28 травня 2024 р. № 295/од.

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:

ЗАВАЛІЙ Тетяна – гарант ОПП, PhD, старший викладач кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

ТКАЧУК Ганна – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

ЮШКЕВИЧ Олена – член робочої групи, д.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

СОТНИК Ангеліна – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

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

ПЕТРЕНКО Вікторія – здобувач вищої освіти (група МА-1).

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, бізнесу та маркетингових технологій
Назва освітньої програми	Маркетинг
Тип освітньої програми	освітньо-професійна
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти	«бакалавр»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація або предметна спеціальність (за наявності)	–
Тип диплома	Диплом бакалавра, одиничний
Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	–
Мова (мови) викладання	Українська
Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання програми	240 кредитів ЄТКС
Форми здобуття освіти за освітньою програмою та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Очна (денна) 3 роки 10 місяців
Освітня кваліфікація	бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	бакалавр маркетингу
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Наявність повної загальної середньої освіти або освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст», освітнього рівня «Молодший бакалавр»
Наявність акредитації	Відсутня
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень FQ-EHEA – перший цикл EQF-LLL – 6 рівень

Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=6347
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності; які вміють застосовувати інноваційні та креативні способи вирішення маркетингових питань задля досягнення поставлених цілей; які здатні використовувати набуті знання та уміння з питань маркетингу в умовах цифровізації, розвитку електронної комерції, глобалізації ринків і актуалізації соціально- та екологічно-відповідального бізнесу	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг *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	Програма передбачає цілісний та збалансований комплекс логічно взаємопов'язаних обов'язкових освітніх компонент, передбачає широкі можливості вибору дисциплін на вибір та практичну складову, чим уможливлює формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти та здобуття ним сукупності професійних і соціальних навичок, необхідних для фахової маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях
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-менеджмент, соціальний маркетинг, міжнародний маркетинг
Особливості програми	Програма пропонує комплексний підхід до здобуття теоретичних 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 передбачає 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	Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» здатні виконувати професійні функції у сфері маркетингу і можуть працювати на підприємствах, в установах, організаціях різних форм власності Випускники можуть працювати на таких посадах згідно видів економічної діяльності за класифікатором професій ДК 003:2010: 3415 – агент комерційний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний; 3419 – організатор з постачання, організатор із збуту, товарознавець; 3429 – агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); та інших, визначених Національним класифікатором України
Подальше навчання	Випускники мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Також вони мають право набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти
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, проєктні, 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 проекту. 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 (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. 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 крос-функціональному 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, бізнесу та маркетингових технологій, 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 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	На основі двосторонніх договорів між Державним університетом «Житомирська політехніка» та закордонними закладами вищої

мобільність	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 навчальної дисципліни	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, екзамен
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	3,0	Екзамен
ОК 19	Інфраструктура товарного ринку	3,0	Залік
ОК 20	Поведінка споживача	3,0	Екзамен
ОК 21	Маркетингова товарна політика	5,0	Екзамен
ОК 22	Маркетингові дослідження *Курсова робота*	4,0	Екзамен, *диф. залік*
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12,0	Залік, екзамен
ОК 24	Бренд-менеджмент	4,0	Екзамен
ОК 25	Маркетингова цінова політика	4,0	Екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі	4,0	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	3,0	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	4,0	Залік
ВК 1.Х	Дисципліна №2	4,0	Залік
ВК 1.Х	Дисципліна №3	4,0	Залік
ВК 2.1	Дисципліна професійної підготовки №1	4,0	Залік
ВК 2.2	Дисципліна професійної підготовки №2	4,0	Залік
ВК 2.3	Дисципліна професійної підготовки №3	4,0	Залік
ВК 2.4	Дисципліна професійної підготовки №4	4,0	Залік

1	*2*	*3*	*4*
ВК 2.5	Дисципліна професійної підготовки №5	4,0	Залік
ВК 2.6	Дисципліна професійної підготовки №6	4,0	Залік
ВК 2.7	Дисципліна професійної підготовки №7	4,0	Залік
ВК 2.8	Дисципліна професійної підготовки №8	4,0	Залік
ВК 2.9	Дисципліна професійної підготовки №9	4,0	Залік
ВК 2.10	Дисципліна професійної підготовки №10	4,0	Залік
ВК 2.11	Дисципліна професійної підготовки №11	4,0	Залік
ВК 2.12	Дисципліна професійної підготовки №12	4,0	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**60,0**	
Практична частина			
ОК 37	Навчальна практика	3,0	Диференційований залік
ОК 38	Навчальна практика	3,0	Диференційований залік
ОК 39	Виробнича практика	3,0	Диференційований залік
ОК 40	Переддипломна практика	3,0	Диференційований 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	Загальний обсяг годин	Форма підсумкового контролю
1	*2*	*3*	*4*	*5*
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
×	**Разом**	**29,0**	×	×
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
×	**Разом**	**31,0**	×	×
ІІ курс, ІІІ семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №1	4,0	120	залік
ВК 2.1	Дисципліна професійної підготовки №1	4,0	120	залік
ВК 2.2	Дисципліна професійної підготовки №2	4,0	120	залік
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	3,0	90	екзамен
ОК 19	Інфраструктура товарного ринку	3,0	90	залік
×	**Разом**	**27,5**	×	×
ІІ курс, IV семестр				
ВК 2.3	Дисципліна професійної підготовки №3	4,0	120	залік
ВК 2.4	Дисципліна професійної підготовки №4	4,0	120	залік
ВК 2.5	Дисципліна професійної підготовки №5	4,0	120	залік
ОК 4	Іноземна мова	3,0	90	екзамен
ОК 8	Соціологія	3,0	90	залік
ОК 17	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	3,5	105	екзамен
ОК 20	Поведінка споживача	3,0	90	екзамен
ОК 21	Маркетингова товарна політика	5,0	150	екзамен
ОК 38	Навчальна практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**32,5**	×	×

1	*2*	*3*	*4*	*5*
III курс, V семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №2	4,0	120	залік
ВК 2.6	Дисципліна професійної підготовки №6	4,0	120	залік
ВК 2.7	Дисципліна професійної підготовки №7	4,0	120	залік
ОК 22	Маркетингові дослідження *Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»*	4,0	120	екзамен, *диф. 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	4,0	120	екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі	4,0	120	екзамен
×	**Разом**	**31,0**	×	×
III курс, VI семестр				
ВК 2.8	Дисципліна професійної підготовки №8	4,0	120	залік
ВК 2.9	Дисципліна професійної підготовки №9	4,0	120	залік
ВК 2.10	Дисципліна професійної підготовки №10	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
ОК 39	Виробнича практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**29,0**	×	×
IV курс, VII семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №3	4,0	120	залік
ВК 2.11	Дисципліна професійної підготовки №11	4,0	120	залік
ВК 2.12	Дисципліна професійної підготовки №12	4,0	120	залік
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
×	**Разом**	**30,0**	×	×
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	3,0	90	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
×	**Разом**	**30,0**	×	×
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240,0**	7200	×

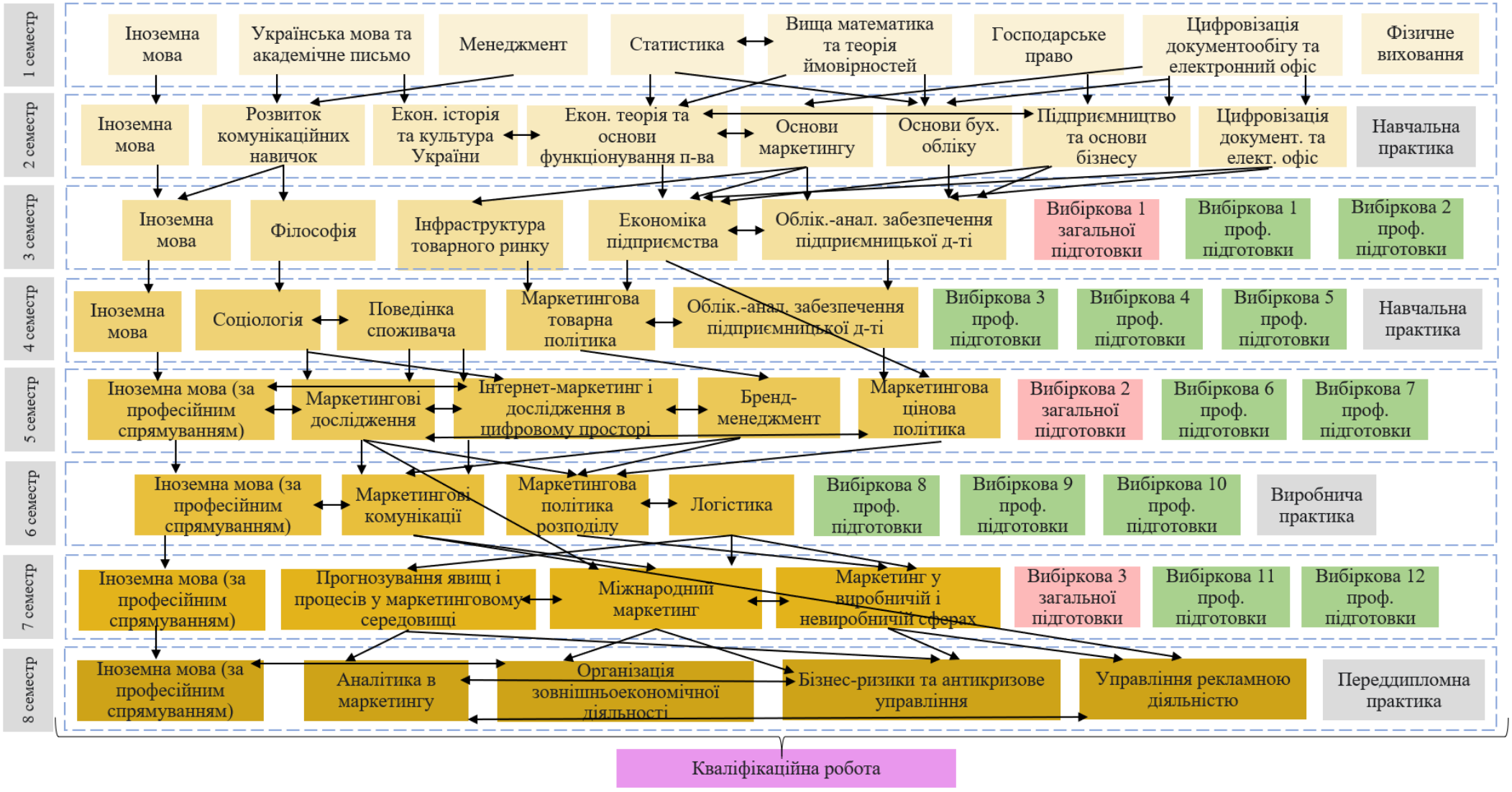


Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП

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.	ОК 18. Ек. п.	ОК 19.Інф. ТР	ОК 20. Повед.	ОК 21. Тов.	ОК 22.Марк.д.	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.	ОК33. 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.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. Тов.	ОК 22. Марк.д.	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						+	+				+																											+	+	+

6. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка»

Система забезпечення якості освітньої діяльності передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;

2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми;

3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;

9) інші процедури і заходи.

Гарант освітньої програми,
старший викладач кафедри менеджменту,
бізнесу та маркетингових технологій Тетяна ЗАВАЛІЙ