

Міністерство освіти і науки України  
Таврійський державний агротехнологічний університет

## ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

### "МАРКЕТИНГ"

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 "Маркетинг"  
галузі знань 07 "Управління та адміністрування"  
кваліфікація: "Бакалавр з маркетингу"



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ  
РАДОЮ ТДАТУ

Голова вченої ради, д.т.н.,  
професор

В.М. Кюрчев

(протокол № 11 від 26.04.2016 р.)

Мелітополь, 2016

## Передмова

Розроблено робочою групою викладачів кафедри маркетингу у складі:

- Шквиря Н.О. керівник проектної групи (гарант освітньої програми) кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.
- Легеза Д.Г. доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.
- Колокольчикова І.В. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.
- Арестенко Т.В. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.

# 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 "МАРКЕТИНГ"

<b>1- Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Таврійський державний агротехнологічний університет Факультет економіки та бізнесу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригінала</b>	Ступінь вищої освіти - бакалавр назва кваліфікації - бакалавр з маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки.
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію НД №0891012
<b>Цикл/Рівень</b>	QF for ENEA – перший цикл, EQF for LLL – 6 рівень; НРК України – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста
<b>Мова(и) викладання</b>	українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	до 2018р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.tsatu.edu.ua/pro-universytet/ofciini-dokumenty/licenzuvannja/">http://www.tsatu.edu.ua/pro-universytet/ofciini-dokumenty/licenzuvannja/</a>
<b>2 - Мета освітньо-професійної програми</b>	
підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування. Спеціальність – 075 Маркетинг.
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна. Структура програми передбачає оволодіння базовими

	<p>знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу. Уміння збору і обробки первинної та вторинної інформації, прогнозування і моделювання; технологіями і методами проведення маркетингових досліджень; навичками сегментації і позиціонування. Здатність формувати та управляти товарним асортиментом підприємства, впроваджувати оптимальну цінову політику. Засвоєння навичок проектування і проведення рекламних кампаній, організації, планування й оцінки результатів у рекламі, стимулюванні. Проведення аналізу ринкової ситуації, оцінки споживчої поведінки для вибору оптимальних систем збуту та каналів збуту. Застосування маркетингових інструментів на промисловому, міжнародному ринку, ринку послуг</p>
<p><b>Освітній фокус освітньої програми</b></p>	<p>Загальні вища освіта в галузі маркетингу. Акцент програми на формуванні знань, умінь та компетентностей щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах.</p>
<p><b>Особливості програми</b></p>	<p>Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки. Таким чином, у результаті навчання за даною програмою студенти отримають універсальні компетентності в області маркетингу.</p>
<p><b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Первинні посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною) аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних,</p>

	дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.
<b>Подальше навчання</b>	Навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти
<b>5 - Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання тощо.
<b>Оцінювання</b>	Система оцінювання знань за дисциплінами освітньо-професійної програми складається з поточного та підсумкового контролю. <i>Поточний контроль</i> знань проводиться в усній формі (опитування за результатами опрацьованого матеріалу) або письмовій формі. <i>Підсумковий контроль</i> знань у вигляді екзамену/заліку проводиться у письмовій формі з подальшою усною співбесідою.
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здатність визначати відповідні проблеми та окреслювати їх таким чином, щоб просувати та трансформувати наукові знання.</li> <li>2. Здатність підвищувати загальнокультурний та інтелектуальний рівень особистості.</li> <li>3. Володіння державно та, як найменш, однією з іноземних мов на рівні професійного і побутового спілкування.</li> <li>4. Оцінювання і прогнозування політичних, економічних, соціальних подій та явищ.</li> <li>5. Знання місця сучасних економічних теорій у системі економічних дисциплін та її функції.</li> <li>6. Здатність опанувати теоретичні та практичні</li> </ol>

	<p>інструменти, скеровуючи зусилля та об'єднуючи результати різноманітних теоретичних джерел.</p> <p>7. Здатність теоретично мислити, аналізувати і оцінювати факти, концепції, ідеї з критичної точки зору та усвідомлювати спадкоємність ідей різних періодів</p> <p>8. Здатність до пошуку інформації за завданням, збирання, аналізу даних та опрацювання іншомовних джерел інформації</p> <p>9. Здатність диференціювати, інтегрувати та уніфікувати знання.</p> <p>10. Здатність до застосування інновацій, інформаційних технологій, процедур та інструментів у маркетингу.</p> <p>11. Здатність до побудови системи управління бізнесом.</p> <p>12. Вміння діагностувати організаційну систему для подальшої її інтерпретації з врахування економічних змін.</p> <p>13. Здатність до логічного мислення, пошуку та опрацювання джерел.</p> <p>14. Здатність до критичного мислення, що дає можливість розуміння, формування та розв'язання наукових проблем і задач.</p> <p>15. Здатність до формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь</p> <p>16. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання</p> <p>17. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів</p>
<p><b>Фахові компетентності (ФК)</b></p>	<p>1. Здатність демонструвати розуміння основ та історії розвитку теорії маркетингу.</p> <p>2. Здатність до проведення аналітичних маркетингових досліджень.</p> <p>3. Здатність критично аналізувати і узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</p> <p>4. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу</p> <p>5. Здатність до застосування математичних методів, які використовуються в аналітичних маркетингових дослідженнях та під час пошуку оптимальних рішень</p> <p>6. Формування системи знань щодо категорій</p>

	<p>маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.</p> <p>7. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку</p> <p>8. Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживних властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживних властивостей товарів</p> <p>9. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища</p> <p>10. Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу</p> <p>11. Здатність демонструвати розуміння законів і закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів</p> <p>12. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності</p> <p>13. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p>14. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>15. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p> <p>16. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності</p> <p>17. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень</p>
--	---

### **7 - Програмні результати навчання (ПРН)**

1. Демонструвати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння його побудови і розвитку його теорії.
2. Проводити наукові, маркетингові дослідження з метою практичного ефективного використання їх результатів.
3. Обирати інструментарій для маркетингового дослідження.
4. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності.
5. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її

- конкурентоспроможності.
6. Організувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.
  7. Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства.
  8. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку.
  9. Обґрунтовувати напрямки маркетингової діяльності суб'єкта господарювання.
  10. Здійснювати тестування торговельних марок, визначати етапи їх життєвого циклу.
  11. Оволодіти методами розроблення цінової політики.
  12. Аналізувати комплекс маркетингових комунікацій.
  13. Здійснювати моніторинг та аналіз діяльності конкурентів.
  14. Організувати маркетингову діяльність із врахуванням особливостей споживача.
  15. Здійснювати дослідження чинників, що впливають на збутову діяльність.
  16. Ефективно управляти каналами розподілу та розробляти схеми постачання товару до кінцевого споживача.
  17. Володіти методами підготовки медіа-планів.
  18. Розробляти плани розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій, рекламних кампаній.
  19. Використовувати прикладні системи оброблення маркетингової інформації.
  20. Застосовувати сучасні інформаційні технології для збуту товарів і послуг.
  21. Володіти методами вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій.
  22. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів.
  23. Організувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.
  24. Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства (установи, організації).
  25. Використовувати навички роботи з законодавчими актами та діючими державними стандартами для здійснення маркетингової діяльності

### **8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми**

<b>Кадрове забезпечення</b>	Склад науково-педагогічних працівників, які забезпечують навчальний процес включає одного доктора наук, 4 доцента та 2 старших викладача. До реалізації програми залучається не менше 90% науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та/або вченими званнями. Науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.
-----------------------------	---



<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі. 100 % забезпеченість потребам освітніх програм університету: навчальні аудиторії, лабораторії, необхідне устаткування кабінетів. Повне забезпечення робочими комп'ютерними місцями студентів (з врахуванням заочної форми навчання). Наявність інфраструктури для відпочинку та оздоровлення
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Наукова бібліотека ТДАТУ <a href="http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka">http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka</a> Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <a href="http://nip.tsatu.edu.ua">http://nip.tsatu.edu.ua</a>
<b>9 - Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та Положення про організацію освітнього процесу в ТДАТУ. В рамках двосторонніх договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Таврійським агротехнологічним університетом та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів, зокрема, угодами про співпрацю з університетами.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком.

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Таблиця 2.1

### 2.1 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кіль-кість кредитів	Форма підсумк. контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
ОК 1.01	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК 1.02	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 1.03	Історія економіки та економічної думки	5	Екзамен
ОК 1.04	Економіко-математичні методи і моделі: оптимізаційні методи і моделі	3	Екзамен
ОК 1.05	Економіко-математичні методи і моделі: економетрика	3	Екзамен
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
ОК 2.01	Маркетинг	4	Екзамен
ОК 2.02	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	Екзамен
ОК 2.03	Міжнародна економіка	4	Екзамен
ОК 2.04	Поведінка споживача	4	Екзамен
ОК 2.05	Логістика	4	Екзамен
ОК 2.06	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
ОК 2.07	Маркетинг промислового підприємства	4	Екзамен
ОК 2.08	Маркетинг послуг	4	Екзамен
ОК 2.09	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 2.10	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ОК 2.11	Маркетингове дослідження	4	Екзамен
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>63</b>	
<i>2.1 Практична підготовка</i>			
ОК 2.1.01	Навчальна практика	6	Диф. залік
<b>Загальний обсяг практичних компонент:</b>		<b>6</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
<i>Вибірковий блок 1 (цикл загальної підготовки)</i>			
ВБ 1.01	Політологія	3	Диф. залік
ВБ 1.02	Сталий розвиток суспільства	3	Диф. залік
ВБ 1.03	Національна економіка	3	Диф. залік
ВБ 1.04	Державне регулювання ринку землі	2	Диф. залік
ВБ 1.05	Ризикологія	3	Диф. залік
<i>Вибірковий блок 2 (цикл професійної підготовки)</i>			
ВБ 2.01	Аналіз господарської діяльності	6	Екзамен
ВБ 2.02	Аграрний маркетинг	2	Диф. залік
ВБ 2.03	Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків	2	Диф. залік
ВБ 2.04	Організація виробництва	3	Екзамен
ВБ 2.05	Економічний механізм маркетингу	2	Диф. залік
ВБ 2.06	Іноземна мова (за проф. спрямуванням)	14	Екзамен
ВБ 2.07	Управління проектами	2	Диф. залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>45</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми</b>		<b>114</b>	

### **3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Атестація випускників за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі комплексного державного кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразку про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.





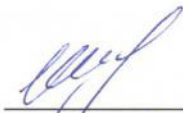










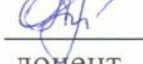
Керівник проектної групи  
(гарант освітньої програми):

  
кандидат економічних наук,  
доцент Шквиря Наталя Олександрівна

Проектна група:

  
доктор економічних наук,  
доцент Легеза Дар'я Георгіївна

  
кандидат економічних наук,  
доцент Колокольчикова Ірина Володимирівна

  
кандидат економічних наук,  
доцент Арестенко Тетяна Вікторівна

ПІДПИС ЗАВІРЯЮ  
Начальник ВК  А.В. Терещенко

