

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА „КРОК”**

**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

**Першого рівня вищої освіти  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ  
ВНЗ «УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ  
ТА ПРАВА „КРОК”  
Голова вченої ради**

**С.М. Лаптев**



**протокол № 7 від 25 травня 2023 р.**

**Київ -2023 р.**

**Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою у складі:**

**ГАРАНТ:**

**Наумова О.О.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

**ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:**

**Петрова І.Л.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

**Хорошенюк А.П.**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

**Бєлова О.І.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

## Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»,

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Вищий навчальний заклад «Університет економіки і права «КРОК» Факультет економіки та підприємництва Кафедра маркетингу та поведінкової економіки
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти Бакалавр з маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	МАРКЕТИНГ
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 120-180 кредитів ЄКТС. Термін навчання: - на денній формі навчання – 3 роки 10 місяців; - на заочній (дистанційній) формі навчання – 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитаційна комісія України, сертифікат про акредитацію серія НІ- II №117658 з галузі знань (спеціальності) 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг. Термін дії: до 1 липня 2024р
<b>Цикл/рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта. На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти
<b>Мова(и) викладання</b>	українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До 2024 р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.krok.edu.ua">www.krok.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Формування загальних та фахових компетентностей у студентів для успішного здійснення професійної діяльності у сфері маркетингу; формування системи комплексних знань з теоретичних засад, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Освітньо-професійна програма галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; спеціальність 075 «Маркетинг». <i>Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів</i> <i>Теоретичний зміст</i> предметної області маркетингу

	<p>ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку.</p> <p><i>Предметна область</i> містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, PR та реклами, соціального маркетингу, маркетингу в організації стартапів, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, інформаційних систем і технологій в маркетингу, математичних і статистичних методів у маркетингу з врахуванням глобалізаційних процесів, управлінні змінами, копірайтингу, маркетингу персоналу, бренд-менеджменту, маркетингового менеджменту.</p> <p><i>Мета навчання</i> – підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Методи та методики:</i> сукупність загальнонаукових і спеціальних методів, методик, процедур та інструментів здійснення маркетингової діяльності на підприємствах різних форм власності та бізнес-організацій в умовах мінливого ринкового середовища.</p> <p><i>Інструменти та обладнання</i> охоплюють сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи та програмні продукти, необхідні для прийняття та реалізації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Загальна освіта в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, поведінка споживача, PR та реклама, соціальний маркетинг, маркетинг в організації стартапів, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингова політика розподілу, маркетингові комунікації, управління змінами, копірайтинг, маркетинг персоналу, бренд-менеджмент, маркетинговий менеджмент.
<b>Особливості програми</b>	Освітньо-професійна програма побудована на основі вивчення результатів новітніх досліджень у галузі сучасного маркетингу і забезпечує поглиблене вивчення дисциплін, що становлять її предметну область. В її основу також покладено сучасний практично-орієнтований підхід до навчання. Залучення до навчального процесу експертів-практиків та залучення до практичної діяльності за майбутнім фахом; можливість брати участь у програмах академічної мобільності.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускники освітньо-професійної програми можуть обіймати посади: консультант з маркетингу, менеджер (управитель) з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, агент рекламний, менеджер (управитель) з реклами,

	представник з реклами, рекламіст, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, економіст із збуту, економіст із ціноутворення, менеджер (управитель) із збуту, організатор із збуту та інші, які визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010».
<b>Подальше навчання</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Форми викладання: лекції, практичні (семінарські) заняття, лабораторні роботи, самостійна робота, індивідуальні заняття, консультації з викладачами, тренінги (практикуми), виконання кваліфікаційної роботи. Підходи та технології навчання: студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику.
<b>Оцінювання</b>	<i>Поточний контроль:</i> усні відповіді, тестування, модульні контрольні роботи, аналіз статей, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, а також захист рефератів, курсових робіт і звіту з переддипломної практики. <i>Підсумковий контроль:</i> складання письмових іспитів, захист переддипломної практики, захист бакалаврської дипломної роботи.
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	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.

	<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><b>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)</b></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> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7 – Програмі результати навчання</b>	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p>

	<p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Доктори і кандидати наук, магістри з маркетингу, які мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації; до освітнього процесу можливе залучення фахівців-практиків підприємств, установ і бізнес-організацій – партнерів кафедри, а також професійних асоціацій та об'єднань для викладання окремих дисциплін.
<b>Матеріально-технічне</b>	Здобувачі вищої освіти забезпечені навчальними

<b>забезпечення</b>	приміщеннями (лекційні, аудиторні приміщення, кабінети, лабораторії тощо), комп'ютерними лабораторіями, медичним пунктом і гуртожитком. Аудиторії, забезпечені сучасним мультимедійним обладнанням, постійним доступом до мережі Інтернет.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Здобувачі вищої освіти можуть користуватися бібліотекою, яка також має значний електронний фонд, періодичні та фахові видання, у тому числі зарубіжні. Здобувачі мають доступ до системи дистанційного навчання на платформі Moodle, навчально-методичних комплексів з дисциплін навчального плану
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Університету «КРОК» та закладів-партнерів.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Реалізація програм міжнародної кредитної мобільності у межах програми співробітництва з зарубіжними університетами-партнерами згідно з договором про співпрацю з Університетом «КРОК» та Міжінституційної угоди у рамках програми Еразмус+ (укладені угоди з 50 Університетами): університетом Яноша Кодолані (Угорщина), Академією імені Леона Козмінського (Польща), Університетом Домброва Гурніча (Польща), Університетом Ханзе (Нідерланди), Університетом імені Миколаса Ромеріса (Литва), Університетом Туріба (Латвія), Університетом Фоджа (Італія), Католицьким університетом Сан Антоніо (Іспанія) та ін.; забезпечення мобільності за індивідуальною ініціативою.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Згідно з визначеними правилами МОН України та правилами прийому на навчання до ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК».

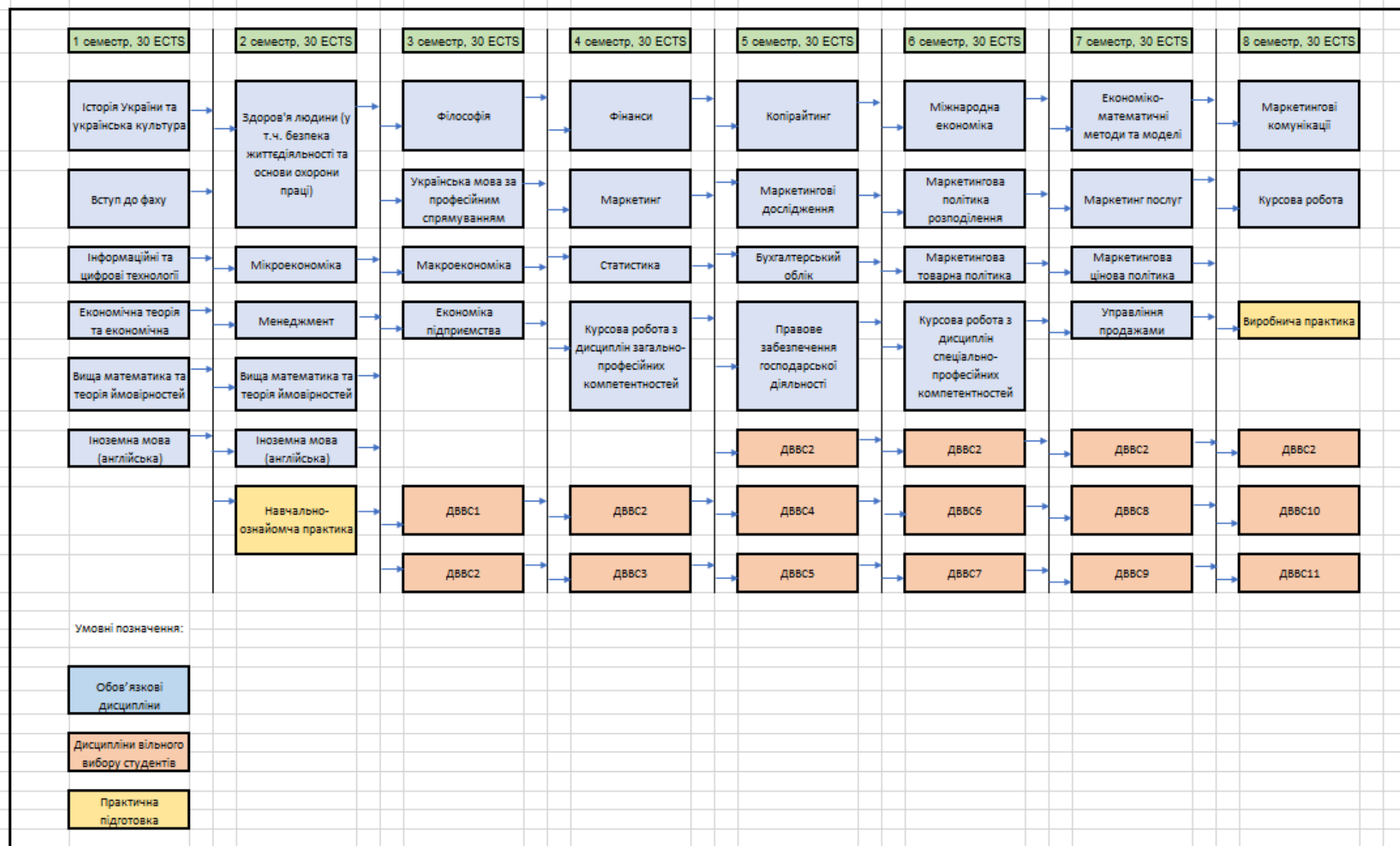
## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОПП</b>			
ОД1	Історія України та українська культура	5	Екзамен
ОД2	Вступ до фаху	5	Диф.залік
ОД3	Інформаційні та цифрові технології	5	Екзамен
ОД4	Економічна теорія та економічна історія	5	Екзамен
ОД5	Вища математика та теорія ймовірностей	10	Екзамен/ Диф.залік
ОД6	Іноземна мова (англійська)	10	Екзамен/ Диф.залік
ОД7	Менеджмент	5	Диф.залік
ОД8	Мікроекономіка	5	Екзамен

ОД9	Здоров'я людини (В	5	Диф.залік
ОД10	Філософія	5	Екзамен
ОД11	Українська мова за професійним спрямуванням	5	Екзамен
ОД12	Макроекономіка	5	Диф.залік
ОД13	Економіка підприємства	5	Екзамен
ОД14	Фінанси	5	Екзамен
ОД15	Маркетинг	5	Екзамен
ОД16	Статистика	5	Екзамен
ОД17	Курсова робота з дисциплін загально-професійних компетентностей	5	Захист
ОД18	Копірайтинг	5	Диф.залік
ОД19	Маркетингове дослідження	5	Екзамен
ОД20	Бухгалтерський облік	5	Екзамен
ОД21	Правове забезпечення господарської діяльності	5	Екзамен
ОД22	Міжнародна економіка	5	Екзамен
ОД23	Маркетингова політика розподілення	5	Екзамен
ОД24	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
ОД25	Курсова робота з дисциплін спеціально-	5	Диф.залік
ОД26	Економіко-математичні методи та моделі	5	Диф.залік
ОД27	Маркетинг послуг	5	Екзамен
ОД28	Маркетингова цінова політика	5	Екзамен
ОД29	Управління продажами	5	Екзамен
ОД30	Маркетингова комунікація	5	Екзамен
ОД31	Курсова робота	5	Захист
ПП1	Навчально-ознайомча практика	5	Захист
ПП2	Виробнича практика	10	Захист
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>180</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ДВВС1	Дисципліна вільного вибору	5	Диф. залік
ДВВС2	Дисципліна вільного вибору	14	Диф. залік
ДВВС3	Дисципліна вільного вибору	5	Диф. залік
ДВВС4	Дисципліна вільного вибору	4	Диф. залік
ДВВС5	Дисципліна вільного вибору	5	Диф. залік
ДВВС6	Дисципліна вільного вибору	4	Екзамен
ДВВС7	Дисципліна вільного вибору	5	Диф. залік
ДВВС8	Дисципліна вільного вибору	4	Диф. залік
ДВВС9	Дисципліна вільного вибору	5	Диф. залік
ДВВС10	Дисципліна вільного вибору	4	Диф. залік
ДВВС11	Дисципліна вільного вибору	5	Диф. залік
<b>Загальний обсяг вибіркових компонент</b>		<b>60</b>	
<b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми</b>		<b>240</b>	

## 2.2 Структурно-логічна схема ОПШ



### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми проводиться у формі кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компетентності	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14
Компоненти														
ОД1	+	+	+	+	+				+	+	+			+
ОД2	+	+	+	+	+				+	+	+			+
ОД3	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД4	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД5	+	+	+	+	+	+			+		+			+
ОД6	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД7	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
ОД8	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
ОД9	+	+	+	+	+				+		+			+
ОД10	+	+	+	+	+	+			+	+	+			+
ОД11	+	+	+	+	+	+			+		+			+
ОД12	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД13	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД14	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
ОД15	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД16	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД17	+	+	+	+	+				+	+				+
ОД18	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД19	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД20	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД21	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД22	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД23	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД24	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД25	+	+	+	+	+				+	+				+
ОД26	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+
ОД27	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД28	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД29	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД30	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОД31	+	+	+	+	+				+	+		+	+	+
ПП1	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+
ПП2	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+



