Міністерство освіти і науки України
Східноукраїнський національний університет імені В. Даля

"Затверджено"
Ректор СНУ ім. В. Даля

_____ О.В. Поркуян

"22" травня 2018 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА

(освітньо-професійна / освітньо-наукова)

програма підготовки

Перший (освітньо-професійний) рівень
(рівень вищої освіти)

Бакалавр
(назва ступеня, що присвоюється)

за спеціальністю
075 – "Маркетинг"
(назва спеціальності)

Розглянуто та схвалено на засіданні Вченої ради СНУ ім. В. Даля
Протокол № 9 від 22.05. 2018 р.

Керівник проектної групи _____ В.М. Салогубова

Сєвєродонецьк

ВНЕСЕНО	Кафедрою менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля
РОЗРОБНИКИ	Керівник робочої проектної групи Салогубова В.М., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та маркетингу. Члени робочої проектної групи: Заблодська І.В., д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту та маркетингу; Овчаренко Є.І., д.е.н., доц., завідувач кафедри менеджменту та маркетингу;

ВСТУП

Загальні відомості.

Освітня програма (ОП) є нормативним документом, який відповідає таким положенням Закону України «Про вищу освіту»:

– ст. 1, п. 1. 17 - освітня програма (освітньо-професійна, освітньо-наукова) - система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає:

1) вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою;
2) перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення;
3) кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми;
4) очікувані результати навчання, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти;

– ст. 10, п. 3 - стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми:

1) обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
2) перелік компетентностей випускника;
3) нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей);
4) форми атестації здобувачів вищої освіти;
5) вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

– ст. 5, п.1 - перший (бакалаврський) рівень передбачає здобуття особою теоретичних знань та практичних умінь і навичок, достатніх для успішного виконання професійних обов'язків за обраною спеціальністю.

– ст. 1 п. 1.13 - компетентність визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти;

– ст. 1 п. 1.19 - результати навчання - сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих особою у процесі навчання за певною освітньо-професійною, освітньо-науковою програмою, які можна ідентифікувати, кількісно оцінити та виміряти.

ГАЛУЗЬ ВИКОРИСТАННЯ

Освітня програма використовується під час:

– акредитації освітньої програми, інспектуванні освітньої діяльності за спеціальністю та спеціалізацією;

– розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін й практик;

– розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;

– визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;

– професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітня програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікацій і встановлює:

- обсяг та термін навчання бакалаврів;
- загальні компетенції;
- професійні компетентності за спеціальністю та спеціалізаціями;
- перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми;
- вимоги до структури навчальних дисциплін.

Освітня програма використовується для:

- складання навчальних планів та робочих навчальних планів;
- формування індивідуальних планів студентів;
- формування програм навчальних дисциплін, практик, змісту індивідуальних завдань;
- визначення інформаційної бази для формування засобів діагностики;
- акредитації освітньої програми;
- зовнішнього контролю якості підготовки фахівців;
- атестації бакалаврів за спеціальністю 075 "Маркетинг".

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі вищої освіти, які навчаються в СНУ ім. В. Даля;
- викладачі СНУ ім. В. Даля, які здійснюють підготовку бакалаврів за спеціальністю 075 "Маркетинг";
- Екзаменаційна комісія за спеціальністю 075 "Маркетинг";
- Приймальна комісія СНУ ім. В. Даля.

Освітня програма поширюється на кафедри СНУ ім. В. Даля, що здійснюють підготовку відповідних здобувачів вищої освіти.

НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1) Закон України «Про вищу освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37-38, ст. 2004) .
2) Закон України «Про державну службу» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 4, ст.43).
3) Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341.
4) Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 «Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».
5) Наказ МОН України від 06. 11. 2015 № 1151 Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року, № 266.
6) Наказ МОН України від 15 жовтня 2015 № 1085 Про Умови прийому на навчання до вищих навчальних закладів України в 2016 році.
7) Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: проект [Електронний ресурс] / М-во освіти і науки України. - К. - Режим доступу: (http://mon.gov.ua/citizens/zv'yazki-z-gromadskistyu/gromadske-obgovorennya-2016.html).
8) Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти. Постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187.

ПРОФІЛЬ
Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Перший (освітньо-професійний) рівень
Ступінь, що присвоюється	Бакалавр
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	**075 "Маркетинг"**
Обмеження щодо форм навчання	Дозволяється підготовка за очною та заочною (дистанційною) формами навчання
Кваліфікація освітня, що присвоюється	Бакалавр з маркетингу
Тип диплому	Диплом бакалавра, одиничний
Термін навчання	3 роки 10 місяців
Цикл/рівень	НРК – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Мета програми	
Метою освітньої програми є професійна підготовка бакалаврів, як висококваліфікованих, відповідальних кадрів з маркетингу з урахуванням особливостей підприємництва у регіоні та в цілому в країні, спроможних розробляти, аналізувати і реалізовувати політику управління ринковою діяльністю, творчо, ефективно й результативно виконувати управлінські функції та надавати конкурентоспроможні послуги, сприяти інноваційним та інвестиційним процесам в організаціях з метою забезпечення їх сталого розвитку на основі світових та європейських стандартів, за рахунок виконання професійних завдань науково-дослідницького, управлінського та інноваційного характеру в галузі маркетингу та менеджменту. Також надати освіту в галузі маркетингу із широким доступом до працевлаштування, підготувати студентів із особливим інтересом до певних областей маркетингу для подальшого навчання.	
Характеристика програми	
Предметна область	Управління та адміністрування
Орієнтація програми	Загальна освіта в області теоретичного та практичного маркетингу. Програма ґрунтується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сьогоднішнього стану розвитку маркетингу, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар`єра: маркетинг (теоретичний та прикладний), товарознавство, логістика, маркетингові дослідження та ін.
Особливості програми	Програма має фокус на підготовку фахівців для ринку праці, здатних професійно розв`язувати проблеми та вирішувати завдання стратегічного та поточного управління маркетинговою діяльністю підприємства, регулювання його функціонуванням, що передбачає застосування професійних компетентностей в сфері ринкового управління та адміністрування. Акцент на здатності здійснювати управлінську, інформаційно-аналітичну та новаторську діяльність. Формування комплексу знань, умінь та навичок в управлінні, маркетингу, організації, аналітиці, та адмініструванні сучасних підприємств, прибуткових та неприбуткових організацій.

Працевлаштування та продовження освіти	
Працевлаштування	Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою спеціальності 075 "Маркетинг" та державної атестації фахівцю присвоюється кваліфікація – бакалавра з маркетингу. Виконуючи відповідні функції, бакалавр з маркетингу здатний займати посади в компаніях, малих підприємствах та інститутах економічного, торговельного сектора, у сфері надання послуг, на посадах у державних інституціях, а саме: маркетолог; логіст; консультант із забезпечення якості; Інтернет-маркетолог; менеджер відділу збуту; менеджер комерційного відділу; фахівець з аналізу ринку; економічний радник; начальник відділення; інспектор з контролю якості; менеджер із зв'язків з громадськістю, фахівець з управління проектами.
Продовження освіти	Можливість навчання за програмами: НРК – 8 рівень, EQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень, в галузі управління і адміністрування. Навчання впродовж життя для вдосконалення в науковій та інших видах діяльності.
Стиль та методика навчання	
Підходи до викладання та навчання	Лекційні курси, семінари, практичні заняття в групах, інтерактивні методи навчання, консультації із викладачами, самостійна робота на основі підручників та конспектів, самопідготовка у бібліотеці та за допомогою Інтернету, проектна робота та підготовка до складання державного екзамену. Використовуються електронні навчальні курси.
Система оцінювання	Електронне тестування, письмові та усні екзамени, усні презентації, поточний контроль, складання державного екзамену, захист звіту з маркетингової практики, захист кваліфікаційної випускної роботи.

Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Для бакалавра обсяг освітньо-професійної програми дорівнює **240 кредитів ЄКТС** на основі повної середньої освіти та **180 кредитів ЄКТС** на основі диплома молодшого спеціаліста.

Мінімум 75% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартами вищої освіти.

Програмні компетентності

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та глибоке переосмислення наявних і створення нових цілісних знань та професійної практики, характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	ЗК 1. Володіти активною громадянською позицією, що ґрунтується на демократичних переконаннях, гуманістичних та етичних цінностях.
	ЗК 2. Здатність до формування світогляду, розвитку людського буття, суспільства і природи, духовної культури.
	ЗК 3. Здатність до оцінки та аналізу соціально-економічних процесів і явищ на глобальному (мега-), макро-, мезо- і мікрорівнях.
	ЗК 4. Здатність до вільної ділової комунікації іноземними мовами для спілкування у науковій, професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами.
	ЗК 5. Розуміння філософсько-світоглядних засад, напрямків і закономірностей розвитку вітчизняного управління в умовах глобалізації і інтернаціоналізації.
	ЗК 6. Здатність виконувати професійну діяльність у відповідності до стандартів якості.
	ЗК 7. Здатність організовувати та здійснювати роботу відповідно до вимог охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та санітарно-гігієнічного режиму з урахуванням специфіки професійної діяльності організацій.
	ЗК 8. Здатність критичного аналізу сучасної наукової літератури для обґрунтування та вибору напрямків професійних досліджень, ознайомлення з передовим світовим досвідом роботи у сфері організації підприємницької діяльності та менеджменту організацій, використання цієї інформації у професійній діяльності.
	ЗК 9. Здатність обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet- ресурси у освітній та професійній діяльності.
	ЗК 10. Уміння обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їхню правомочність.
	ЗК 11. Уміння реалізовувати публічні та/або комерційні проекти і програми.
	ЗК 12. Здатність вирішувати проблеми у нових і нестандартних ситуаціях при здійсненні діяльності з урахуванням юридичної, соціальної і етичної відповідальності за прийняті рішення.
	ЗК 13. Здатність генерувати нові ідеї та визначати шляхи для їх реалізації у галузі управління, науки та професійної діяльності, розширяти сферу власної компетентності, розробляти оптимальні стратегії своєї діяльності.
Спеціальні (фахові) компетентності	ФК 1. Здатність аналізувати ринкові явища маркетингового середовища з погляду фундаментальних маркетингових принципів і знань, а також на основі відповідних суміжних наукових сфер.
	ФК 2. Здатність розв'язувати широке коло проблем та задач шляхом розуміння їх фундаментальних основ та використання як теоретичних, так і прикладних методів, опанованих під час вивчення маркетингу.
	ФК 3. Здатність оцінювати ситуацію на ринку і приймати оптимальні управлінські рішення з чітким визначенням припущень та використанням спеціальних та граничних обмежень.
	ФК 4. Здатність описувати широке коло ринкових об'єктів та процесів (як внутрішнього, так і зовнішнього походження).

	ФК 5. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу задля формування комплексу маркетингового впливу на цільовий ринок.
	ФК 6. Здатність виконувати експерименти незалежно, а також описувати, аналізувати та критично оцінювати експериментальні дані.
	ФК 7. Здатність використовувати відповідне програмне забезпечення (мови програмування, пакети) для проведення маркетингових досліджень.
	ФК 8. Здатність розуміти та уміло використовувати економіко-математичні та числові методи, які використовуються у маркетинговій науці.
	ФК 9. Здатність шляхом самостійного навчання опанувати нові області, використовуючи здобуті знання з економічних наук.

Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Компе-тент-ності	Результати навчання
	Загальні
ЗК 1	1. Провадити професійну діяльність у соціальній взаємодії, що заснована на гуманістичних і етичних засадах.
	2. Дотримуватися норм спілкування у професійній взаємодії з колегами, керівництвом, науковою спільнотою, ефективно працювати у команді.
	3. Забезпечувати правильне використання принципів соціальної справедливості і дотримання загальнолюдських норм поведінки і моралі в міжособистісних відносинах та у суспільстві.
ЗК 2	1. Розуміти сутність та принципи розвитку суспільства, природи і мислення.
	2. Критично оцінювати і прогнозувати соціальні, економічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища.
	3. Використовувати спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є осново для оригінального мислення та інноваційної діяльності.
ЗК 3	1. Розуміти сутність економічної системи і економічних відносин як найважливішої складової розвитку суспільства
	2. Знати і уміти оперувати економічними та управлінськими категоріями і поняттями.
	3. Здійснювати аналіз та синтез соціально- та економічно-значущих проблем і процесів, визначати напрями розвитку систем управління на загальнодержавному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях.
ЗК 4	1. Використовувати навички усної та письмової комунікації іноземною мовою, аналізуючи тексти фахової направленості, перекладати іншомовні інформаційні джерела. Володіти знаннями етики ділового спілкування, культури і стилістики офіційної документації.
	2. Уміти використовувати іноземну мову для забезпечення результативної професійної діяльності та уміти спілкуватися з експертами з інших галузей.
ЗК 5	1. Визначати основні напрямки та закономірності розвитку сучасних шкіл управління і адміністрування у розрізі світових інтеграційних та глобалізаційних процесів.
ЗК 6	1. Забезпечувати якість виконання завдань професійної діяльності відповідно до міжнародних стандартів якості, встановлених норм, нормативів, технічних умов тощо. Вносити рекомендації по введенню нових або зміні існуючих вимог до

Компе-тент-ності	Результати навчання
	якості.
ЗК 7	1. Дотримуватись вимог охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та санітарно-гігієнічного режиму при здійсненні професійної діяльності.
ЗК 8	1. Критично аналізувати інформацію, наведену у сучасній світовій науковій та науково-популярній літературі, інформаційних базах даних тощо, та використовувати її у професійній діяльності.
	2. Визначати глобальні проблеми економічного розвитку світових господарських зв'язків, інтеграції України у систему міжнародного поділу праці.
ЗК 9	1. Обирати сучасне наукове програмне забезпечення, Internet-ресурси для планування, організації та здійснення професійної та дослідницької діяльності.
ЗК 10	1. Розробляти на основі інформаційного забезпечення та комп'ютерних технологій достатню кількість альтернативних варіантів рішень.
	2. Використовувати оргтехніку, універсальне та прикладне програмне забезпечення відповідно до виду діяльності, документально оформляти управлінське рішення.
	3. Проводити моніторинг змін у законодавстві, орієнтуватися у нормативних актах, щоб забезпечити правомочність рішень.
ЗК 11	1. Формулювати цілі та визначати структуру проектів та програм, які є значущими для організації з урахуванням суспільних, державних і економічних інтересів.
	2. Уміти застосовувати проектний підхід в управлінні організацією в частині формулювання мети, системи завдань, обґрунтування джерел фінансування проектів та програм.
ЗК 12	1. Виконувати наукові дослідження та здійснювати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.
	2. Здатність захищати інтереси організації та інтереси держави, поєднувати та взаємоузгоджувати суспільні, колективні та індивідуальні інтереси.
ЗК 13	1. Визначати нові інноваційні напрямки досліджень, спираючись на власні компетентності, та їх постійне удосконалення. Обирати ефективну стратегію реалізації нових ідей.
	2. Засвоювати нові ціннісно-нормативні відносини, що дозволяють подолати відчуження людини від природи, виробити екологічний світогляд, екологічні імперативні взаємодії суспільства і природи.
Фахові	
ФК 1	1. Уміти застосувати знання та навички на операційному рівні елементів маркетингу та суміжних галузей (менеджмент, прикладна статистика, адміністрування, економіка підприємства).
	2. Розвинути розуміння міждисциплінарних зв'язків між фундаментальними науками.
	3. Обирати необхідний спектр базових знань спеціальних розділів: особиста тактика маркетолога, економіка та організація торгівлі, інформаційні системи у маркетингу з метою майбутньої спеціалізації та опанування міждисциплінарних підходів.
ФК 2	1. Демонструвати знання основ маркетингу у: маркетингових дослідженнях, логістиці, інфраструктурі товарного ринку, промисловому маркетингу, міжнародному маркетингу, товарній та ціновій політиці підприємства, маркетинговій політиці розподілу та комунікацій, маркетингу послуг.
	2. Опанувати базовий рівень знань основ маркетингу, тобто достатній для роботи в традиційних сферах застосування, але не настільки високий, щоб виконувати дослідження на сучасному фронті науки.

Компе-тент-ності	Результати навчання
ФК 3	1. Застосовувати традиційні та новітні методики для проведення маркетингових досліджень.
	2. Оцінювати та аналізувати вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на результати функціонування підприємства, формувати ринкові переваги, визначати та підвищувати конкурентоспроможність продукції та підприємства.
	3. Розробити оптимальну маркетингову стратегію розвитку підприємства в умовах нестабільного ринку.
	4. Формулювати чіткі стратегічні цілі практичної діяльності підприємства чи організації та застосовувати доцільні методи аналізу для вирішення конкретних завдань в межах зазначених цілей.
ФК 4	1. Володіти глибоким розумінням та знаннями широкого кола економічних та суто маркетингових теорій, починаючи від основ ринкового обміну та закінчуючи складними процесами в сучасних умовах функціонування розвинутої ринкової економіки.
	2. Сприймати та розуміти роль моделей та теорій у розвитку маркетингової науки та формуванні гнучкого мислення.
ФК 5	1. Розробити ефективний комплекс маркетингового впливу на реальних та потенціальних споживачів, застосовуючи оптимальний набір інструментів маркетингу.
	2. Ідентифікувати класичні та специфічні елементи маркетингу, такі як: товарна політика, ціноутворення, збут та просування товарів, персонал, процес надання послуг, матеріальні свідоцтва, сегментування ринку, тощо.
ФК 6	1. Мати експериментальні навички у маркетингу (знання експериментальних методів та порядку проведення експериментів), які проводяться під керівництвом, для перевірки висунутих гіпотез та дослідження ринкових явищ і процесів.
	2. Ставити коректні питання, знання стандартного обладнання, планування, складання схем та проведення експерименту, збирання та аналіз даних, зокрема, уважний аналіз помилок та критичне оцінювання отриманих результатів.
ФК 7	1. Виконувати комп'ютерні обчислення, що мають відношення до маркетингових проблем, використовуючи належне програмне забезпечення та принаймні одну мову програмування, навички аналізу та відображення результатів.
	2. Володіти програмними засобами та комп'ютерними технологіями при обробці маркетингової інформації, зібраної під час досліджень цільових ринків.
	3. Працювати із сучасними пакетами системних і прикладних програм, а також із засобами світової мережі Internet.
ФК 8	1. Здійснювати необхідні розрахунки, використовуючи знання розділів вищої математики, що мають відношення до базового рівня маркетингу: диференціальне та інтегральне числення; функціональний та багатофакторний аналіз дійсних змінних, векторів та матриць; векторне числення; лінійне програмування; статистика.
	2. Будувати економіко-математичні моделі та тренди задля аналізу маркетингових процесів та розробки рекомендацій щодо їхнього вдосконалення.
ФК 9	1. Уміти працювати самостійно (індивідуальні завдання, курсові роботи) або в групі (практичні та семінарські заняття, зокрема, навички лідерства під час їх проведення)

Компе-тент-ності	Результати навчання
	2. Отримувати результат у межах обмеженого часу з наголосом на професійну сумлінність та унеможливлення плагіату, вправність у володінні англійською мовою, включаючи спеціальну термінологію, для проведення літературного пошуку.

Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників включає кваліфікаційний екзамен, підготовку та захист кваліфікаційної випускної роботи.
Вимоги до кваліфікаційного іспиту та кваліфікаційної випускної роботи	Згідно з діючим законодавством.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗАСОБІВ ДІАГНОСТИКИ

Інформаційною базою для створення засобів діагностики підсумкового контролю за видами навчальної діяльності мають бути очікувані результати навчання за видами навчальної діяльності.

Випускна атестація здійснюється оцінюванням ступеню сформованості компетентностей. Форма атестації – складання кваліфікаційного екзамену та публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра.

ВИМОГИ ДО КАДРОВОГО СКЛАДУ ВИКЛАДАЧІВ

У викладанні навчальних дисциплін беруть участь доктори наук, професори, кандидати наук, доценти та визнані спеціалісти в галузі економіки та управління, які мають певний стаж практичної, наукової та педагогічної роботи. Доцільно, щоб викладачі, які забезпечують дисципліни професійної та практичної підготовки, в переважній більшості мали наукові ступені в галузі економічних, політичних наук та наук з державного управління.

Викладацький склад, який викладає навчальні дисципліни повинний мати кваліфікацію, фах за дипломом про вищу освіту та наукову спеціальність за дипломом про отримання наукового ступеня, які відповідають напряму та спеціальності підготовки бакалаврів.

Викладачі, що отримали диплом про вищу освіту за спеціальністю, що не відповідає спеціальності 075 "Маркетинг" та вимогам навчальних дисциплін відповідно до освітньої програми, повинні мати документи про підвищення кваліфікації у вигляді дипломів кандидатів наук, докторів наук за напрямом спеціальності, що відповідає освітній програмі; дипломів, сертифікатів або свідоцтв про післядипломну освіту та підвищення кваліфікації, мати стаж практичної, наукової та педагогічної діяльності, навчальні посібники з відповідного напряму.

Професорсько-викладацький склад, який здійснює навчальний процес, повинен періодично та своєчасно проходити стажування.

ТЕРМІНИ НАВЧАННЯ ЗА ФОРМАМИ

Очна форма – 3 роки 10 місяців, заочна (дистанційна) – 3 роки 10 місяців.

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Навчальний план освітньої програми визначає перелік та обсяг навчальних дисциплін у кредитах ЄКТС, послідовність вивчення навчальних дисциплін/модулів, форми проведення навчальних занять та їх обсяг у кредитах ЄКТС, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю. Навчальний план освітньої програми наведено у додатку В.

ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти здійснюється відповідно до документації, що складає "Систему управління якістю СНУ ім. В. Даля", що оприлюднено на сайті університету: https://snu.edu.ua/?page_id=19125.

Пояснювальна записка

Додаток А

Матриця відповідності визначених Освітньою програмою компетентностей дескрипторам НРК

Компетентності	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
ЗК 1. Володіти активною громадянською позицією, що ґрунтується на демократичних переконаннях, гуманістичних та етичних цінностях.	+		+	+
ЗК 2. Здатність до формування світогляду, розвитку людського буття, суспільства і природи, духовної культури.	+	+	+	+
ЗК 3. Здатність до оцінки та аналізу соціально-економічних процесів і явищ на глобальному (мега-), макро-, мезо- і мікрорівнях	+	+		+
ЗК 4. Здатність до вільної ділової комунікації іноземними мовами для спілкування у науковій, професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами.	+	+	+	
ЗК 5. Розуміння філософсько-світоглядних засад, напрямків і закономірностей розвитку вітчизняного управління в умовах глобалізації і інтернаціоналізації.	+		+	+
ЗК 6. Здатність виконувати професійну діяльність у відповідності до стандартів якості	+	+	+	+
ЗК 7. Здатність організовувати та здійснювати роботу відповідно до вимог охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та санітарно-гігієнічного режиму з урахуванням специфіки професійної діяльності організацій.	+	+	-	+
ЗК 8. Здатність критичного аналізу сучасної наукової літератури для обґрунтування та вибору напрямків професійних досліджень, ознайомлення з передовим світовим досвідом роботи у сфері організації підприємницької діяльності та менеджменту організацій, використання цієї інформації у професійній діяльності.	+		+	
ЗК 9. Здатність обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet-ресурси у освітній та професійній діяльності.		+	+	

Компетентності	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
ЗК 10. Уміння обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їхню правомочність.	+	+	+	+
ЗК 11. Уміння реалізовувати публічні та/або комерційні проекти і програми.		+	+	
ЗК 12. Здатність вирішувати проблеми у нових і нестандартних ситуаціях при здійсненні діяльності з урахуванням юридичної, соціальної і етичної відповідальності за прийняті рішення.		+	+	+
ЗК 13. Здатність генерувати нові ідеї та визначати шляхи для їх реалізації у галузі управління, науки та професійної діяльності, розширяти сферу власної компетентності, розробляти оптимальні стратегії своєї діяльності.		+	+	+
Фахові компетентності				
ФК 1. Здатність аналізувати ринкові явища маркетингового середовища з погляду фундаментальних маркетингових принципів і знань, а також на основі відповідних суміжних наукових сфер.	+	+	+	+
ФК 2. Здатність розв'язувати широке коло проблем та задач шляхом розуміння їх фундаментальних основ та використання як теоретичних, так і прикладних методів, опанованих під час вивчення маркетингу.	+	+		+
ФК 3. Здатність оцінювати ситуацію на ринку і приймати оптимальні управлінські рішення з чітким визначенням припущень та використанням спеціальних та граничних обмежень.	+	+		+
ФК 4. Здатність описувати широке коло ринкових об'єктів та процесів (як внутрішнього, так і зовнішнього походження).	+	+	-	
ФК 5. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу задля формування комплексу маркетингового впливу на цільовий ринок.	+	+	+	
ФК 6. Здатність виконувати експерименти незалежно, а також описувати, аналізувати та критично оцінювати експериментальні дані.	+	+		+
ФК 7. Здатність використовувати відповідне програмне забезпечення (мови програмування, пакети) для проведення маркетингових досліджень.	+	+	+	+

Компетентності	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
ФК 8. Здатність розуміти та уміло використовувати економіко-математичні та числові методи, які використовуються у маркетинговій науці.	+	+		
ФК 9. Здатність шляхом самостійного навчання опанувати нові області, використовуючи здобуті знання з економічних наук.	+		+	+

Додаток Б

Матриця зв'язку компетентностей, програмних результатів навчання та навчальних дисциплін

Навчальні дисципліни	Програмні результати, розподілені за компетенціями																																																	
	ЗК 1.1	ЗК 1.2	ЗК 1.3	ЗК 2.1	ЗК 2.2	ЗК 2.3	ЗК 3.1	ЗК 3.2	ЗК 3.3	ЗК 4.1	ЗК 4.2	ЗК 5.1	ЗК 6.1	ЗК 7.1	ЗК 8.1	ЗК 8.2	ЗК 9.1	ЗК 10.1	ЗК 10.2	ЗК 10.3	ЗК 11.1	ЗК 11.2	ЗК 12.1	ЗК 12.2	ЗК 13.1	ЗК 13.2	х	х	ФК 1.1	ФК 1.2	ФК 1.3	ФК 2.1	ФК 2.2	ФК 3.1	ФК 3.2	ФК 3.3	ФК 3.4	ФК 4.1	ФК 4.2	ФК 5.1	ФК 5.2	ФК 6.1	ФК 6.2	ФК 7.1	ФК 7.2	ФК 7.3	ФК 8.1	ФК 8.2	ФК 9.1	ФК 9.2
Обов'язкові навчальні дисципліни																																																		
Українська мова (за професійним спрямуванням)		+								+	+																		+																			+	+
Історія України і української культури	+		+	+																																	+	+											
Іноземна мова										+	+																																					+	+
Філософія	+		+	+																						+															+	+							
Збереження життя та здоров'я людини (БЖД і ООП, Екологія)	+		+										+	+												+																							
Комп'ютерні інформаційні технології															+		+	+	+																								+	+	+	+	+		
Управління проектами					+	+						+									+	+						+																					
Психологія ділового спілкування	+	+	+							+	+													+		+													+	+									
Економічна теорія					+	+	+	+																				+				+		+			+	+											
Вища математика для економістів																		+	+				+																							+	+		
Статистика та економетрика							+		+						+								+																		+	+	+	+	+	+	+		
Економіко-математичне моделювання																		+	+				+																		+	+	+	+	+	+	+		
Економіка підприємства та мікроекономіка							+	+								+												+				+		+			+	+											
Господарське право					+															+				+					+																				
Маркетинг та дослідження ринку							+										+							+							+		+	+							+	+							
Основи менеджменту та підприємництва								+				+									+	+			+			+	+	+					+	+													
Міжнародний бізнес									+							+												+	+	+																			
Економічний аналіз та прогнозування					+	+	+		+						+							+																					+	+	+	+	+		
Облік і аудит																												+	+	+																			

Навчальні дисципліни	Програмні результати, розподілені за компетенціями																																																
	ЗК 1.1	ЗК 1.2	ЗК 1.3	ЗК 2.1	ЗК 2.2	ЗК 2.3	ЗК 3.1	ЗК 3.2	ЗК 3.3	ЗК 4.1	ЗК 4.2	ЗК 5.1	ЗК 6.1	ЗК 7.1	ЗК 8.1	ЗК 8.2	ЗК 9.1	ЗК 10.1	ЗК 10.2	ЗК 10.3	ЗК 11.1	ЗК 11.2	ЗК 12.1	ЗК 12.2	ЗК 13.1	ЗК 13.2	х	х	ФК 1.1	ФК 1.2	ФК 1.3	ФК 2.1	ФК 2.2	ФК 3.1	ФК 3.2	ФК 3.3	ФК 3.4	ФК 4.1	ФК 4.2	ФК 5.1	ФК 5.2	ФК 6.1	ФК 6.2	ФК 7.1	ФК 7.2	ФК 7.3	ФК 8.1	ФК 8.2	ФК 9.1	ФК 9.2
Податкова система							+																					+	+	+																				
Фінанси							+															+						+	+	+																				
Гроші та кредит (гроші та кредит, банківська система)							+															+						+	+	+																				
Корпоративні фінанси																						+						+	+	+																				
Теорія галузевих ринків					+		+									+												+	+	+							+	+												
Теорія організацій та організація діяльності	+		+					+	+																			+	+	+	+	+																		
Логістика		+										+											+		+						+	+	+	+	+	+	+	+										+	+
Суспільство та споживач як суб'єкти маркетингу (соціологія, поведінка споживача)		+						+				+						+	+	+			+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+									
Науково-дослідна робота студента	+		+		+	+																	+		+																		+	+	+			+	+
Блок 1 дисциплін вільного вибору студента																																																	
Інформаційні системи і технології у маркетингу										+	+						+	+	+	+																					+	+	+	+	+	+	+		
Маркетинг в галузях та сферах діяльності (маркетинг промислового підприємства та сфери послуг)					+	+																	+	+	+	+						+	+	+	+	+	+	+	+										
Маркетингова товарна політика					+	+																	+	+	+	+												+	+	+	+									
Маркетингове ціноутворення					+	+																	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+									
Маркетингові дослідження					+	+																	+	+	+	+								+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Маркетингові комунікації					+	+																	+	+	+	+				+	+									+	+								+	+
Маркетингова політика розподілу					+	+																	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+									
Маркетингові технології					+	+																	+	+	+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
Блок 2 дисциплін вільного вибору студента																																																	
Бенчмаркінг					+	+																	+	+	+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
Маркетинг територій					+	+																	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+										

Навчальні дисципліни	Програмні результати, розподілені за компетенціями																																																			
	ЗК 1.1	ЗК 1.2	ЗК 1.3	ЗК 2.1	ЗК 2.2	ЗК 2.3	ЗК 3.1	ЗК 3.2	ЗК 3.3	ЗК 4.1	ЗК 4.2	ЗК 5.1	ЗК 6.1	ЗК 7.1	ЗК 8.1	ЗК 8.2	ЗК 9.1	ЗК 10.1	ЗК 10.2	ЗК 10.3	ЗК 11.1	ЗК 11.2	ЗК 12.1	ЗК 12.2	ЗК 13.1	ЗК 13.2	х	х	ФК 1.1	ФК 1.2	ФК 1.3	ФК 2.1	ФК 2.2	ФК 3.1	ФК 3.2	ФК 3.3	ФК 3.4	ФК 4.1	ФК 4.2	ФК 5.1	ФК 5.2	ФК 6.1	ФК 6.2	ФК 7.1	ФК 7.2	ФК 7.3	ФК 8.1	ФК 8.2	ФК 9.1	ФК 9.2
Маркетинг у банку					+	+																	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+					+	+	+	+	+		
Екологічний маркетинг					+	+																	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+						+	+		
Маркетинг закупівель					+	+																	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+						+	+		
Комерційна діяльність посередницьких підприємства					+	+																	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+						+	+		
Внутрішній маркетинг					+	+																	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+								+	+
Маркетинг роздрібної торгівлі					+	+																	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+						+	+		

Гарант освітньої програми: кандидат економічних наук за спеціальністю:
08.00.04 - Економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності),
доцент за кафедрою маркетингу,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
СНУ ім. В. Даля
Салогубова В.М.

Голова проектної групи _____ В.М. Салогубова

Завідувач випускової кафедри _____ Є.І. Овчаренко

Ректор _____ О.В. Поркуян

"Затверджую"
Ректор СНУ ім. В. Даля
_____ О.В. Поркуян
"_____" _____ 2018 р.

Освітній ступінь: бакалавр
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу
Термін навчання: 3 роки 10 місяців

Міністерство освіти і науки України

Східноукраїнський національний університет ім. В Даля

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

підготовки здобувачів вищої освіти

Галузь знань шифр 07 назва управління та адміністрування
Спеціальність шифр 075 назва маркетинг
Спеціалізація: назва
За програмою шифр 075 назва маркетинг
Форма навчання денна Рік прийому 2017

I. Графік навчального процесу

II. Зведені дані по використанню часу (тижнів)

КУРС	Вересень					Жовтень				Листопад				Грудень				Січень				Лютий				Березень				Квітень				Травень				Червень				Липень				Серпень				Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Підсумкові атестації	Навчальна практика	Виробнича практика	Виконання кваліф. робіт	Канікули	Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52								
I																			::	::	::	=	=																		::	::	::	=	=	=	=	=	=	=	=	=	35	6					11	**52**
II																			::	::	::	=	=																		::	::	::	=	=	=	=	=	=	=	=	=	35	6					11	**52**
III																			::	::	::	=	=																		::	::	::	=	=	=	=	=	=	=	=	=	35	6					11	**52**
IV																			::	::	::	=	=											::	::	П	П	П	//	//	//	//	//										28	5			3	5	2	**43**
Разом																																																					133	23			3	5	35	**199**

[ ] ТЕОРЕТИЧНЕ НАВЧАННЯ
[::] ЕКЗАМЕНАЦІЙНА СЕСІЯ
[=] КАНІКУЛИ
[//] ПІДГОТОВКА ТА ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
[П] ПЕРЕДИПЛОМНА ПРАКТИКА

ПРАКТИКИ

№	Назва	Семестр	К-ть тижнів
1	Переддипломна практика	8	3

АТЕСТАЦІЯ

Назва	Семестр
Підготовка та захист кваліфікаційної роботи бакалавра	8

ПЛАН НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

ОСВІТНІЙ СТУПІНЬ

бакалавр

№ п/п	Назва дисциплін	Розподіл за семестрами: Екзамени	Розподіл за семестрами: Заліки	Курс. проект	Курс. робота	Інд. завдання	Обсяг годин: Разом: Годин	Разом: Кредити ECTS	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття(семінари)	Самостійна робота	Розподіл за курсами і семестрами: I, 1	I, 2	II, 3	II, 4	III, 5	III, 6	IV, 7	IV, 8
													кількість тижнів у семестрі							
													18	17	18	17	18	17	18	10
													кількість аудиторних годин і кредитів у тиждень							
													13 кредити	14 кредити	15 кредити	16 кредити	17 кредити	18 кредити	19 кредити	20 кредити
1	2	3	4	5	6	7	8	8.1	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	**Обов'язкові навчальні дисципліни**																			
1.1	**Цикл загальної підготовки**																			
1.1.01	Українська мова (за професійним спрямуванням)	5	3 4				120	4,0	36	-	36,0	48	-	-	2 2,00	1 1,00	1 1,00	-	-	-
1.1.02	Історія України і української культури	1	2				120	4,0	35	-	35,0	50	2 2,00	2 2,00	-	-	-	-	-	-
1.1.03	Іноземна мова		1 2 3 4 5 6 7				420	14,0		-	246	174	2 2,00	2 2,00	2 2,00	2 2,00	2 2,00	2 2,00	2 2,00	-
1.1.04	Філософія		2				120	4,0	21	-	21,0	78	-	2,5 4,00	-	-	-	-	-	-
1.1.05	Збереження життя та здоров'я людини(БЖД і ООП, Екологія)		1 2				120	4,0	36	-	36,0	48	3 3,00	1 1,00	-	-	-	-	-	-
1.1.06	Комп'ютерні інформаційні технології		1				90	3,0	18	-	18,0	54	2 3,00	-	-	-	-	-	-	-
1.1.07	Управління проектами		4				90	3,0	17	-	17,0	56	-	-	-	2 3,00	2 3,00	-	-	-
1.1.08	Психологія ділового спілкування		5				90	3,0	18	-	18,0	54	-	-	-	-	-	-	-	-
	Фізичне виховання		2 4 6 7										2	2	2	2	2	2	2	-
	Разом:						1170	39	181	-	427	562	9,0 10,0	7,5 9,0	4,0 4,0	5,0 6,0	5,0 6,0	2,0 2,0	2,0 2,0	-
1.2.	**Цикл професійної підготовки**																			
1.2.01	Економічна теорія	1 2					300	10,0	53	-	53	194	3 5,00	3 5,00	-	-	-	-	-	-
1.2.02	**Бізнес-розрахунки:**							-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.02.01	Вища математика для економістів		1				150	5,0	27	-	27	96	3 5,00	-	-	-	-	-	-	-
1.2.02.02	Статистика та економетрика	2					150	5,0	26	-	26	98	-	3 5,00	-	-	-	-	-	-
1.2.02.03	Економіко-математичне моделювання	3					150	5,0	27	-	27	96	-	-	3 5,00	-	-	-	-	-
1.2.03	Економіка підприємства та мікроекономіка	1 2					360	12,0	70	-	70	220	4 6,00	4 6,00	-	-	-	-	-	-
1.2.04	Господарське право		1				120	4,0	27	-	27	66	3 4,00	-	-	-	-	-	-	-
1.2.05	Маркетинг та дослідження ринку	3			3		120	4,0	23	-	23	74	-	-	2,5 4,00	-	-	-	-	-
1.2.06	Основи менеджменту та підприємництва	4	3				270	9,0	53	-	53	164	-	-	3 4,50	3 4,50	-	-	-	-
1.2.07	Міжнародний бізнес	4					150	5,0	26	-	26	98	-	-	-	3 5,00	-	-	-	-
1.2.08	Економічний аналіз та прогнозування	4					120	4,0	21	-	21	78	-	-	-	2,5 4,00	-	-	-	-
1.2.09	Облік і аудит	3					120	4,0	23	-	23	74	-	-	2,5 4,00	-	-	-	-	-
1.2.10	Податкова система	3					120	4,0	23	-	23	74	-	-	2,5 4,00	-	-	-	-	-
1.2.11	Фінанси	2					150	5,0	26	-	26	98	-	3 5,00	-	-	-	-	-	-
1.2.12	Гроші та кредит (гроші та кредит, банківська система)	3 4					270	9,0	53	-	53	164	-	-	3 4,50	3 4,50	-	-	-	-
1.2.13	Корпоративні фінанси	4					180	6,0	34	-	34	112	-	-	-	4 6,00	-	-	-	-
1.2.14	Теорія галузевих ринків	5					360	12,0	72	-	72	216	-	-	-	-	8 12,00	-	-	-
1.2.15	Теорія організацій та організація діяльності	5					360	12,0	72	-	72	216	-	-	-	-	8 12,00	-	-	-
1.2.16	Логістика		6				150	5,0	26	-	26	98	-	-	-	-	-	3 5,00	-	-
1.2.17	Суспільство та споживач як суб'єкти маркетингу (соціологія, поведінка споживача)	6					150	5,0	26	-	26	98	-	-	-	-	-	3 5,00	-	-
1.2.18	Науково-дослідна робота студента		7				120	4,0	23	-	23	74	-	-	-	-	-	-	2,5 4,00	-
	Разом:						3870	129	731	-	731	2408	13,0 20,00	13,0 21,00	16,5 26,00	15,5 24,00	16,0 24,00	6,0 10,00	2,5 4,00	-
1,3	**Практика**																			4,50
1.3.01	Переддипломна		8д				135	4,5	-	-	-	135	-	-	-	-	-	-	-	4,50
	Разом:						135	4,5	-	-	-	135	-	-	-	-	-	-	-	4,50
1,4	**Атестація**																			7,50
1.4.01	Кваліфікаційна робота	8					225	7,5	-	-	-	225	-	-	-	-	-	-	-	7,50
	Разом:						225	7,5	-	-	-	225	-	-	-	-	-	-	-	12,00
	Усього за обов'язковою частиною						5400	180	912	0	1158	3330	22,0 30,00	20,5 30,00	20,5 30,00	20,5 30,00	21,0 30,00	8,0 12,00	4,5 6,00	-
2	**ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ**																			
2.1	**Блок 1 дисциплін вільного вибору студента** *(загальний обсяг блоку - 60 кредитів)*																			
2.1.01	Інформаційні системи і технології у маркетингу		6				270	9,0	51	-	51	168	-	-	-	-	-	6 9,00	-	-

№ п/п	Назва дисциплін	Розподіл за семестрами: Екзамени	Заліки	Курс. проект	Курс. робота	Інд. завдання	Обсяг годин: Разом: Годин	Кредити ECTS	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття(семінари)	Самостійна робота	Розподіл за курсами і семестрами: I: 1	2	II: 3	4	III: 5	6	IV: 7	8
													кількість тижнів у семестрі							
													18	17	18	17	18	17	18	10
													кількість аудиторних годин і кредитів у тиждень							
2.1.02	Маркетинг в галузях та сферах діяльності (маркетинг промислового підприємства та сфери послуг)	6			6		270	9,0	51	-	51	168	-	-	-	-	-	6	9,00	-
2.1.03	Маркетингова товарна політика	7					240	8,0	41	-	41	158	-	-	-	-	-	-	4,5	8,00
2.1.04	Маркетингове ціноутворення	7					240	8,0	41	-	41	158	-	-	-	-	-	-	4,5	8,00
2.1.05	Маркетингові дослідження	7			7		240	8,0	41	-	41	158	-	-	-	-	-	-	4,5	8,00
2.1.06	Маркетингові комунікації	8					180	6,0	33	-	33	114	-	-	-	-	-	-	-	6,5
2.1.07	Маркетингова політика розподілу	8					180	6,0	33	-	33	114	-	-	-	-	-	-	-	6,5
2.1.08	Маркетингові технології	8					180	6,0	33	-	33	114	-	-	-	-	-	-	-	6,5
	Усього за блоком дисциплін 1 вільного вибору студентів:						1800	60	324	-	324	1152	-	-	-	-	-	12,0	18,00	13,5	24,00	19,5	18,00
2.2	**Блок 2 дисциплін вільного вибору студента** *(загальний обсяг блоку - 60 кредитів)*																			
2.2.01	Бенчмаркінг	6					270	9,0	51	-	51	168	-	-	-	-	-	6	9,00	-
2.2.02	Маркетинг територій	6			6		270	9,0	51	-	51	168	-	-	-	-	-	6	9,00	-
2.2.03	Маркетинг у банку	7					240	8,0	41	-	41	158	-	-	-	-	-	-	4,5	8,00
2.2.04	Екологічний маркетинг	7					240	8,0	41	-	41	158	-	-	-	-	-	-	4,5	8,00
2.2.05	Маркетинг закупівель	7			7		240	8,0	41	-	41	158	-	-	-	-	-	-	4,5	8,00
2.2.06	Комерційна діяльність посередницьких підприємства	8					180	6,0	33	-	33	114	-	-	-	-	-	-	-	6,5
2.2.07	Внутрішній маркетинг	8					180	6,0	33	-	33	114	-	-	-	-	-	-	-	6,5
2.2.08	Маркетинг роздрібної торгівлі	8					180	6,0	33	-	33	114	-	-	-	-	-	-	-	6,5
	Усього за блоком дисциплін 2 вільного вибору студентів:						1800	60	324	-	324	1152	-	-	-	-	-	12,0	18,00	13,5	24,00	19,5	18,00
	Усього за дисциплінами вільного вибору студентів						1800	60	324	-	324	1152	-	-	-	-	-	12,0	18,00	13,5	24,00	19,5	18,00
	Підготовка бакалавра разом:						**7200**	**240**	**1236**	**0**	**1482**	**4482**	**22,0**	30,00	**20,5**	30,00	**20,5**	30,00	**20,5**	30,00	**21,0**	30,00	**20,0**	30,00	**18,0**	30,00	**19,5**	30,00

ВИРОБНИЧІ ПРАКТИКИ

№	Назва	Семестр	Кіль. Тижн	Кредитів
1	Переддипломна	8д	3	4,5
2	-		0	0
3	-		0	0
4	-		0	0
5	-		0	0
	Разом:		3	4,5

ІНФОРМАЦІЙНА ЧАСТИНА

		I		II		III		IV	
Навчальні заняття(год./тижд.)		22,0	20,5	20,5	20,5	21,0	20,0	18,0	19,5
Курсові проекти	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Курсові роботи	3	-	-	1	-	-	1	1	-
Індивідуальні завдання	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Екзамени	29	3	4	5	5	3	3	3	3
Заліки	22	5	4	3	3	2	2	2	1
Кредити ECTS		30	30	30	30	30	30	30	30
Кредити ECTS за навчальний рік		60		60		60		60	

АТЕСТАЦІЯ

№	Програма підготовки	Назва	Семестр	Кредитів
1	бакалавр	Кваліфікаційна робота	8	7,5

План складено у відповідності до освітньої програми спеціальності 075 "Маркетинг"

Кафедра менеджменту та маркетингу

Керівник проектної групи _____ к.е.н., доц. Салогубова В.М.

Зав. кафедри _____ д.е.н., доц. Овчаренко Є. І.

Начальник навчального відділу _____ Нескородєва Н.М.

Інститут економіки і управління

Директор інституту _____ д.е.н., доц. Галгаш Р. А.

СХВАЛЕНО
Вченою радою Східноукраїнського національного університету
імені Володимира Даля
Протокол від "22" 03 2017 р. № 8
Голова Вченої ради _____ О.В. Поркуян