

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТРАНСПОРТУ**

Розглянуто та затверджено на засіданні
вченої ради Державного економіко-
технологічного університету
транспорту
Протокол № 12 від «23» серпня 2016 р.

В.о. ректора університету:
_____ Н. С. Брайковська

Керівник проектної групи:
_____ О. М. Ярим-Агаєв

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МАРКЕТИНГ ВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ»**

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ
СТУПІНЬ**

**07 Управління та адміністрування
075 Маркетинг
1-й
бакалавр**

Передмова

1. РОЗРОБЛЕНО

в Державному економіко-технологічному університеті транспорту.

2. ВНЕСЕНО

кафедрою «Економіка та підприємництво» Державного економіко-технологічного університету транспорту.

3. ЗАТВЕРДЖЕНО

наказом в.о. ректора Державного економіко-технологічного університету транспорту від «25» серпня 2016 р. № 140 на підставі рішення Вченої ради Державного економіко-технологічного університету транспорту від «23» серпня 2016 р., протокол № 12.

4. ВВЕДЕНО ВПЕРШЕ

5. РОЗРОБНИКИ:

Гарант: к.е.н., професор Ярим-Агаєв О. М.;

Проектна група: д.е.н., проф. Ейтутіс Г. Д.;
к.е.н., проф. Пилипенко О. В.

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРА

Профіль освітньо-професійної програми підготовки фахівців з вищою освітою
за першим (бакалаврським) рівнем зі спеціальності
075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Тип диплома та обсяг освітньої програми бакалавра	Одиничний ступінь: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст» – 180 кредитів ЄКТС.	
Вищий навчальний заклад	Державний економіко-технологічний університет транспорту	
Акредитаційна інституція	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти	
Період акредитації	Програма впроваджується у 2016 році	
Рівень програми	FQ-ЕНЕА – перший цикл, QF-LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень.	
А	Мета програми	
	Підготувати бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, фундаментальними знаннями і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
Б	Характеристика програми	
1	Предметна область, напрям	<p>Управління та адміністрування, маркетинг</p> <p>На базі повної загальної середньої освіти: блок дисциплін циклу гуманітарної та загальноекономічної підготовки (40,0%), блок обов'язкових дисциплін циклу професійної та практичної підготовки (43,3%), блок вибіркових дисциплін циклу професійної та практичної підготовки за пакетами (16,7%).</p> <p>На базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст»: Блоки дисциплін циклу гуманітарної та загальноекономічної підготовки разом становлять (27,3%), блок обов'язкових дисциплін циклу професійної та практичної підготовки (49,4%), блок вибіркових дисциплін циклу професійної та практичної підготовки за пакетами (23,3%).</p> <p>Теоретичний зміст предметної області маркетингу ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу, цифрового (електронного) маркетингу, математичних і статистичних методів у маркетингу.</p>
2	Фокус програми: загальна/спеціальна	Загальна освіта в галузі маркетингу

3	Орієнтація програми	<p>Освітньо-професійна, прикладна</p> <p>Структура програми передбачає оволодіння базовими 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. Уміти оцінити результати маркетингової діяльності підприємства за допомогою інструментів маркетингового контролю та аудиту</p>
4	Особливості програми	<p>Організація самостійної роботи студента за допомогою дистанційних засобів навчання. Програма базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сьогоденного стану економіки, орієнтує на актуальні спеціальності, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра (теоретична та прикладна).</p> <p>Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організації та підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання тренінгових методів навчання. Формує маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати інноваційні стратегічні рішення щодо вимог ринку, які швидко змінюються в сучасній економіці. Виконується в активному дослідницькому середовищі.</p>
В	Працевлаштування та продовження освіти	
1	Працевлаштування	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем.</p> <p>Випускники можуть працювати на посадах: керівника та заступника керівника підприємства, установи чи організації; керівника департаменту маркетингу, керівника підрозділів збуту чи матеріально-технічного постачання (забезпечення), логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівника підрозділу з маркетингових</p>

		<p>досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліста з інтернет-маркетингу.</p> <p>Посади:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетолог. 2. Маркетолог промислового підприємства. 3. Бренд-менеджер. 4. Маркетолог транспортної сфери. 5. Менеджер з логістики. 6. Менеджер з логістики 7. Менеджер зі збуту. 8. Адміністративний аналітик у відділі розподілу товарів. 9. Маркетинговий аналітик. 10. Менеджер з маркетингу. 11. Фахівець-аналітик із дослідження товарного ринку. 12. Спеціаліст рекламного відділу (менеджер з реклами). 13. Економіст зі збуту. 14. Консультант з ефективності підприємництва 15. Консультант з маркетингу 16. Рекламист 17. Фахівець з методів розширення ринку збуту 18. Менеджер із просування продукту (промоушн-менеджер). 19. Менеджер із зв'язків з громадськістю і пресою(PR-менеджер) 20. Медіа-байер. 21. Адміністратор торговельного підприємства. 22. Товарознавець. 23. Торговельний представник. 24. Торговельний брокер (маклер). 25. Агент рекламний. 26. Помічник керівника (підприємства, установи). 27. Організатор-діловодства. 28. Брокер. 29. Дилер. 30. Маклер.
2	Продовження освіти	Можливість навчання за програмами другого циклу ФО-ЕНЕА, 7 рівня, OF-LLL, 7 рівня НРК.
Г	Стиль та методика навчання	
1	Підходи до викладання та навчання	<p>За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (роз'яснювальна-ілюстративні), активні (проблемні, інтерактивні, проектні, ділові ігри, проблемні ситуації, групова і парна робота, дискусії, тренінги, із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проектів, «мозкового штурму» та генерації ідей, проектів, кейси, імітаційний тренінг, саморозвиваючі) тощо. Поєднання лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, інтерактивних форм навчання, застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій на основі інтернету, практичного досвіду, прикладів діяльності конкретних підприємств тощо.</p> <p>За організаційними формами: дистанційного, колективного та інтегративного навчання.</p>

		<p>За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці.</p> <p>Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, підготовку наукових праць (статей, доповідей (виступів) на наукових та науково-практичних конференціях), залучення студентів до виконання розділів науково-дослідницьких робіт на кафедрі.</p>
2	Система оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень студента здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «не зараховано») системами, шкалою навчального закладу (від 0 до 100 балів), національною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).</p> <p>Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль.</p> <p>Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання за допомогою комп'ютера або дистанційних засобів навчання, захист лабораторних та індивідуальних робіт, державна атестація.</p>
Д		
Програмні компетентності		
1	Загальні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання. 2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї. 3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків. 4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. 5. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення. 6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей. 8. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово. 9. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії. 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. 11. Здатність працювати в міжнародному середовищі. 12. Здатність діяти соціально відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.
2	Спеціальні (фахові) компетентності	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність демонструвати розуміння основ та історії розвитку теорії маркетингу. 2. Здатність логічно і послідовно передавати

	<p>отримані базові знання предметної області маркетингу.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації. 4. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. 5. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. 6. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. 7. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу. 8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. 9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. 10. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності. 11. Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності. 12. Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів. 13. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень. 14. Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. 15. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Е	Програмні результати навчання
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії. 2. Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
9. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
12. Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
14. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.
15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності.
16. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
17. Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «Маркетинг виробничої сфери»

Підготовка бакалаврів на базі повної загальної середньої освіти

Нормативний строк підготовки бакалавра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» становить чотири роки на основі повної загальної середньої освіти. Обсяг освітньої складової освітньо-професійної програми підготовки бакалавра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» становить 240 кредитів ЄКТС.

Цикл дисциплін	Кількість навчальних годин / кредитів	У т. ч.:	
		Обов'язкові дисципліни, годин / кредитів	Вибіркові дисципліни, годин / кредитів
Гуманітарні та соціально-економічні дисципліни	<u>1110/ 37</u> 15,4 %	<u>660 / 22</u> 59,5 %	<u>450 / 15</u> 40,5 %
Дисципліни природничо-наукової та загальноекономічної підготовки	<u>1770 / 59</u> 24,6 %	<u>1290 /43</u> 72,9 %	<u>480 /16</u> 27,1 %
Дисципліни професійної підготовки	<u>3930/131</u> 54,6 %	<u>2730 / 104</u> 69,5 %	<u>1200 / 40</u> 30,5 %
Виробнича (аналітична) практика	<u>180/ 6</u> 2,5 %	<u>180 / 6</u> 100 %	-
Виробнича (фінансово-економічна) практика	<u>150 / 5</u> 2,1 %	<u>150 / 5</u> 100 %	-
Державна атестація	<u>60 /2</u> 0,8 %	<u>60 / 2</u> 100 %	-
Усього	<u>7200/ 240</u> 100,0 %	<u>5070/ 169</u> 70,4 %	<u>2130/ 71</u> 29,6 %

Підготовка бакалаврів на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст»

Нормативний строк підготовки бакалавра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» становить два роки на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст». Обсяг освітньої складової освітньо-професійної програми підготовки бакалавра (на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст») з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» становить 180 кредитів ЄКТС.

Цикл дисциплін	Кількість навчальних годин / кредитів	У т. ч.:	
		Обов'язкові дисципліни, годин / кредитів	Вибіркові дисципліни, годин / кредитів
Гуманітарні та соціально-економічні дисципліни	<u>360 / 12</u> 6,7 %		<u>360 / 12</u> 100 %
Дисципліни природничо-наукової та загальноекономічної підготовки	<u>1110 / 37</u> 20,6 %	<u>900 / 30</u> %	<u>210 / 7</u> 27,1 %
Дисципліни професійної підготовки	<u>3540 / 118</u> 65,6 %	<u>2280 / 76</u> 64,4%	<u>1260 / 42</u> 35,6 %
Виробнича (аналітична) практика	<u>180 / 6</u> 3,3 %	<u>180 / 6</u> 100 %	-
Виробнича (фінансово-економічна) практика	<u>150 / 5</u> 2,7 %	<u>150 / 5</u> 100 %	
Державна атестація	<u>60 / 2</u> 1,1 %	<u>60 / 2</u> 100 %	-
Усього	<u>5400 / 180</u> 100,0 %	<u>3570 / 119</u> 66,1 %	<u>1830 / 61</u> 33,9 %

**Перелік навчальних дисциплін підготовки бакалавра з галузі знань
07 «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» та
логічна послідовність їх вивчення**

У таблицях надаються обов'язкові та вибіркові навчальні дисципліни, які поділені на цикли гуманітарних та соціально-економічних дисциплін, дисциплін природничо-наукової та загальноекономічної підготовки, дисциплін професійної підготовки. Перелік дисциплін складений для бакалаврів на базі повної середньої освіти та на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст».

Навчальний план підготовки бакалаврів на базі повної середньої освіти містить дві позакредитні дисципліни: фізичне виховання та іноземну мову (за професійним спрямуванням).

Навчальний план підготовки бакалаврів на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст» містить одну позакредитну дисципліну: іноземну мову (за професійним спрямуванням).

Перелік навчальних дисциплін та логічна послідовність їх вивчення (на базі повної загальної середньої освіти)

Шифр	Найменування дисципліни	Кількість кредитів/годин	Курсова робота/розрахунково-графічна робота	Семестр								Форма підсумкового контролю
				1	2	3	4	5	6	7	8	
I. ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ												
1.1. ГУМАНІТАРНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДИСЦИПЛІНИ												
ОГП 1.1.1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3/90		+								екзамен
ОГП 1.1.2	Історія України	3/90		+								екзамен
ОГП 1.1.3	Історія української культури	3/90			+							екзамен
ОГП 1.1.4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	10/300										1–3 семестри – заліки, 4 семестр – екзамен
ОГП 1.1.5	Філософія	3/90			+							екзамен
Всього за циклом 1		22/660										
1.2. ДИСЦИПЛІНИ ПРИРОДНИЧО-НАУКОВОЇ ТА ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ												
ОПНЗЕ 1.2.1	Політекономія	5/150		+								екзамен
ОПНЗЕ 1.2.2	Мікроекономіка	4/120	РГР			+						екзамен
ОПНЗЕ 1.2.3	Макроекономіка	4/120	РГР		+							екзамен
ОПНЗЕ 1.2.4	Історія економіки та економічної думки	5/150		+								екзамен
ОПНЗЕ 1.2.5	Математика для економістів	– вища математика	7/210	РГР		+						екзамен
		– теорія ймовірностей та математична статистика	5/150	РГР			+					екзамен
ОПНЗЕ 1.2.6	Економіко-математичні методи і моделі	– оптимізаційні методи та моделі	4/120	РГР				+				екзамен
		– економетрика	3/90	РГР					+			екзамен
ОПНЗЕ 1.2.7	Інформатика	6/180	РГР		+							екзамен
Всього за циклом 2		43/1290										
1.3. ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ												
ОПП 1.3.1	Економіка підприємства	4/120				+						екзамен
ОПП 1.3.2	Менеджмент	4/120					+					екзамен

ОПП 1.3.3	Маркетинг	10/300	КР-4			+	+							3 семестр – залік, 4 семестр – екзамен
ОПП 1.3.4	Гроші та кредит	4/120						+						екзамен
ОПП 1.3.5	Фінанси	4/120				+								екзамен
ОПП 1.3.6	Бухгалтерський облік	4/120					+							екзамен
ОПП 1.3.7	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4/120							+					екзамен
ОПП 1.3.8	Міжнародна економіка	4/120							+					екзамен
ОПП 1.3.9	Статистика	4/120							+					екзамен
ОПП 1.3.10	Соціологія	4/120				+								екзамен
ОПП 1.3.11	Регіональна економіка	3/90			+									екзамен
	Екологія	1/30												
ОПП 1.3.12	Безпека життєдіяльності	3/90			+									залік
ОПП 1.3.13	Поведінка споживача	5/150								+				екзамен
ОПП 1.3.14	Логістика	5/150							+					екзамен
ОПП 1.3.15	Маркетингова товарна політика	5/150									+			екзамен
ОПП 1.3.16	Маркетинг промислового підприємства	5/150	КР-8										+	екзамен
ОПП 1.3.17	Маркетингове ціноутворення	5/150	РГР						+					екзамен
ОПП 1.3.18	Маркетинг послуг	4/120											+	екзамен
ОПП 1.3.19	Маркетингові дослідження	5/150	КР-6							+				екзамен
ОПП 1.3.20	Маркетингові комунікації	4/120									+			екзамен
	Навчальний практикум з інформатики	-			+									залік
	Виробнича практика (аналітична)	6/180								+				залік
	Виробнича практика (фінансово-економічна)	5/150											+	залік
	Державна атестація	2/60												
Всього за циклом 3		104/3150												
Всього обов'язкових дисциплін		169/5070												
2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ														
2.1. ГУМАНІТАРНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДИСЦИПЛІНИ														
ВГП 2.1.1	Політологія	3/90			+									залік
	Рекреаційна географія													
ВГП 2.1.2	Історія розвитку транспорту	3/90				+								залік
	Туристичні ресурси України													

ВГП 2.1.3	Загальний курс залізниць	3/90																	залік
	Організація транспортних послуг																		
ВГП 2.1.4	Правознавство	3/90																	залік
	Правове регулювання туристичної діяльності																		
ВГП 2.1.5	Основи наукових досліджень	3/90																	залік
	Культура наукової мови																		
Всього за циклом 1		15/450																	
2.2. ДИСЦИПЛІНИ ПРИРОДНИЧО-НАУКОВОЇ ТА ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ																			
ВПНЗЕ 2.2.1	Національна економіка	3/90																	залік
	Транспортні системи																		
ВПНЗЕ 2.2.2	Економічний аналіз	4/120	РГР																залік
	Аналіз діяльності підприємств туризму																		
ВПНЗЕ 2.2.3	Основи підприємництва	3/90																	залік
	Паблік релейшенз у бізнесі																		
ВПНЗЕ 2.2.4	Світові товарні ринки	3/90																	залік
	Туризмознавство																		
ВПНЗЕ 2.2.5	Міжнародний маркетинг	3/90																	залік
	Економіка міжнародного туризму																		
Всього за циклом 2		16/480																	
2.3. ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ																			
ВПП 3.3.1	Бізнес-планування	3/90																	залік
	Технологія туристичної діяльності																		
ВПП 3.3.2	Бренд-менеджмент	4/120																	залік
	Менеджмент туризму																		
ВПП 3.3.3	Планування і контроль на підприємстві	4/120																	залік
	Організація туризму																		
ВПП 3.3.4	Маркетинговий потенціал і розвиток підприємства	3/90																	залік
	Бухгалтерський облік туристичної діяльності																		
ВПП 3.3.5	Маркетинг транспортних послуг	3/90																	залік
	Маркетинг туризму																		
ВПП 3.3.6	Економіка та організація інноваційної діяльності	4/120																	залік
	Економіка і ціноутворення в галузі туризму																		

Перелік навчальних дисциплін та логічна послідовність їх вивчення (на базі освітнього ступеня «молодший спеціаліст»)

Шифр	Найменування дисципліни	Кількість кредитів/годин	Курсова робота/розрахунково-графічна робота	Семестр								Форма підсумкового контролю
				1	2	3	4	5	6	7	8	
I. ОBOB'ЯЗКOВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ												
1.1. ДИСЦИПЛІНИ ПРИРОДНИЧО-НАУКОВОЇ ТА ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ												
ОПНЗЕ 1.2.1	Політекономія	5/150							+			екзамен
ОПНЗЕ 1.2.2	Мікроекономіка	4/120									+	екзамен
ОПНЗЕ 1.2.3	Макроекономіка	4/120									+	екзамен
ОПНЗЕ 1.2.4	Історія економіки та економічної думки	5/150									+	екзамен
ОПНЗЕ 1.2.5	Математика для економістів	– теорія ймовірностей та математична статистика	5/150						+			екзамен
ОПНЗЕ 1.2.6	Економіко-математичні методи і моделі	– оптимізаційні методи та моделі	4/120						+			екзамен
		– економетрика	3/90	РГР					+			екзамен
Всього за циклом 1.2		30 / 900										
1.3. ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ												
ОПП 1.3.1	Менеджмент	4/120							+			екзамен
ОПП 1.3.2	Маркетинг	10/300	РГР						+			екзамен
ОПП 1.3.3	Гроші та кредит	4/120							+			екзамен
ОПП 1.3.4	Фінанси	4/120							+			екзамен
ОПП 1.3.5	Економіка праці і соціально-трудоі відносини	4/120							+			екзамен
ОПП 1.3.6	Міжнародна економіка	4/120							+			екзамен
ОПП 1.3.7	Статистика	4/120							+			екзамен
ОПП 1.3.8	Соціологія	4/120									+	екзамен
ОПП 1.3.9	Поведінка споживача	5/150									+	екзамен
ОПП 1.3.10	Логістика	5/150							+			екзамен
ОПП 1.3.11	Маркетингова товарна політика	5/150									+	екзамен
ОПП 1.3.12	Маркетинг промислового підприємства	5/150	КР-8								+	екзамен

ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ СТУПЕНЯ БАКАЛАВР

Метою державної атестації є встановлення фактичної відповідності рівня освітньо-професійної підготовки випускників вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики та освітньо-професійної програми.

Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» після виконання студентами навчального плану в повному обсязі, здійснюється атестаційною комісією вищого навчального закладу.

Навчальні плани підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» передбачають два атестаційні экзамени:

- атестаційний экзамен з економічної теорії;
- атестаційний экзамен з фаху.

Дисципліни, завдання з яких входять до атестаційних екзаменів

Форма атестації	Перелік дисциплін
Атестаційний экзамен з економічної теорії	Політекономія Мікроекономіка Макроекономіка Історія економіки та економічної думки
Атестаційний экзамен з фаху	Маркетинг Маркетингові комунікації Маркетингова товарна політика Маркетингове ціноутворення Маркетингові дослідження

Кваліфікацію випускникам присвоює атестаційна комісія.

Атестація здійснюється атестаційною комісією з фаху, до складу якої включаються представники роботодавців. Голову атестаційної комісії затверджує Міністерство освіти і науки України. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

ЗМІСТ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

З метою реалізації системи забезпечення університетом якості вищої освіти визначено такі принципи: вмотивованість, індивідуальність, диференційованість, об'єктивність, інформативність, публічність, відкритість, єдність вимог, інноваційність, комплексність, прозорість. Зазначені принципи застосовуються при проведенні процедур, що сприяють забезпеченню якості вищої освіти, а саме: планування, моніторинг, оцінювання, аналіз, контроль, коригування, оприлюднення. Дієвість системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в університеті досягнута шляхом впровадження таких заходів:

– постійний моніторинг галузевих стандартів освітніх програм, вимог ринку праці щодо наповнення змісту варіативних компонентів освітніх програм, перегляд за результатами моніторингу університетських освітніх програм;

– впроваджено щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних, наукових та педагогічних працівників університету, результати якого оприлюднюються на інформаційних стендах університету та враховуються при формуванні кадрового складу університету;

– оцінювання якості знань, умінь та навичок здобувачів вищої освіти реалізується щорічно шляхом контролю остаточних знань студентів, поточного, модульного та підсумкового контролю та оприлюднюється на інформаційних стендах університету;

– підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників здійснюється згідно з щорічним планом університету з підвищення кваліфікації;

– необхідні ресурси для організації освітнього процесу, у т.ч. самостійної роботи здобувачів вищої освіти, за кожною освітньою програмою, забезпечуються університетом відповідно до державних ліцензійних та акредитаційних умов;

– для ефективного управління освітнім процесом фахівцями університету розроблена та впроваджена інформаційна система модульного типу, яка містить підсистеми «Деканат», «Розрахунок навантаження», «Приймальна комісія»;

– на офіційному веб-сайті університету розміщено інформацію про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації, що реалізуються в університеті;

– з метою запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників та здобувачів вищої освіти університету запроваджено зовнішнє та внутрішнє рецензування праць науковими фахівцями відповідного галузевого профілю.

Критерії і принципи оцінювання знань та вмінь здобувачів вищої освіти ухвалено рішенням Вченої ради університету, протокол № 2 від 30.10.2014 року.