

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І.МЕЧНИКОВА

ПРОЄКТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Одеського національного університету

імені І. І. Мечникова

Голова Вченої ради

_____ Вячеслав ТРУБА
(протокол № від « » 2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію
з «1» вересня 2024 р.

Ректор

Одеського національного університету

імені І. І. Мечникова

_____ Вячеслав ТРУБА
(наказ № від « » 2024 р.)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Галузі знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

Гарант освітньої програми:

доктор економічних наук,

професор кафедри маркетингу та бізнес-
адміністрування

_____ Юрій РОБУЛ

Одеса 2024 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ІНІЦІЙОВАНО

проектною групою освітньої програми
від «___» _____ 20__ р.

Гарант освітньої програми _____ Юрій РОБУЛ

СХВАЛЕНО

навчально-методичною комісією економіко-правового факультету
Голова _____ Ірина ГОЛОДЕНКО
Протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

СХВАЛЕНО

вченою радою економіко-правового факультету
Голова _____ Людмила ТОКАРЧУК
Протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

СХВАЛЕНО

науково-методичною радою ОНУ імені І. І. Мечникова
Голова _____ Майя НІКОЛАЄВА
Протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена проєктною групою економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, створеної на підставі Наказу Ректора ОНУ № 2695-18 від 06.12.2023 р. у складі:

1. *Робул Юрій Володимирович* — керівник проєктної групи, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;

2. *Садченко Олена Василівна* — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;

3. *Чайковська Марина Петрівна* — доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;

4. *Гайворонська Інна Віталіївна* — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування.

5. *Столяр Ігор Олегович* — здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 Менеджмент.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг складена на підставі:

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII;
- Національного класифікатору України: Класифікатор професій (ДК 003:2010);
- Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (затверджено надано чинності наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., №1343);
- аналізу тенденцій та вимог ринку праці;
- пропозицій цільових груп стейкхолдерів;
- напрацювань відповідної робочої групи.

1. Профіль освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Одеський національний університет імені І. І. Мечникова Економіко-правовий факультет
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Ступінь вищої освіти: Бакалавр Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти: Бакалавр Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки: для спеціальностей галузі знань 07 Управління та адміністрування, а також спеціальності 051 Економіка — не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; інших спеціальностей — не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. 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.
Наявність акредитації	До проведення акредитації
Цикл / рівень	Національна рамка кваліфікації України – 6 рівень, FQ-ЕНЕА (РК ЄПВО) – перший (бакалаврський) цикл, МСКО – 6 рівень; EQF for LLL (ЄРК НВЖ) – 6 рівень.
Передумови (Вимоги щодо попередньої освіти)	Наявність повної загальної середньої освіти або ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст»). Умови вступу визначаються правилами прийому до Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
Мова(и) викладання	Українська
Термін навчання на освітній програмі	3 роки 10 місяців.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Офіційний сайт ОНУ за посиланням: Офіційні документи http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents

2 – Мета освітньої програми

Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, здатних визначати зміст маркетингової діяльності як сучасної концепції управління організацією, розробляти маркетингові стратегії та формувати управлінські рішення у сфері маркетингу на основі поняттєво-категорійного апарату, принципів, функцій, концепцій маркетингу з урахуванням їх історичних передумов та

специфіки діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; 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.

3 - Характеристика освітньої програми

<p>Предметна область (галузь знань)</p>	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління організацією; поняттєво-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Освітньо-професійна програма.</p> <p>Програма орієнтована на формування у здобувачів професійних знань, умінь та навичок, необхідних для виконання професійних функцій й типових завдань у сфері маркетингу з урахуванням сучасного змісту концепції маркетингу та маркетингового управління, актуального стану та особливостей вітчизняного підприємництва, ринків, а також взаємодії з іноземними ринками у контексті глобалізації, євроінтеграції та розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та Індустрії 4.0, що дозволяє сформувати сучасні фахові компетентності у маркетингу, розвинути здатність до самостійного ухвалення управлінських рішень, оцінки ризиків та прийняття відповідальності, критичного мислення та здатності до проведення досліджень, закласти підвалини для розвитку професійної майстерності та ділової активності.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Спеціальна освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування, за спеціальністю 075 Маркетинг.</p> <p>Комплексна підготовка фахівців з маркетингу через формування фахових компетенцій, розуміння цілей та завдань маркетингу у контексті розвитку організацій, організаційного оточення та макросередовища, розуміння ролі та місця маркетингу в управлінні організацією, його взаємозв'язків з соціальним та економічним розвитком країни та світу на основі актуального стану теорії та кращої практики маркетингу в Україні та світі.</p> <p>Ключові слова: ринок, маркетинг, маркетингова діяльність організації, маркетинг-менеджмент, холістичний маркетинг, стратегічний маркетинг, цифровий маркетинг, соціально-етичний маркетинг, міжнародний маркетинг.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Освітньо-професійна програма відбиває сучасний стан та тенденції розвитку маркетингу в умовах постіндустріальної економіки, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та Індустрії 4.0. Вона спрямована на формування системного розуміння соціально-економічних явищ, опанування теоретичних основ та практичних аспектів маркетингу як управлінського, економічного, соціального, інформаційного процесу на різних рівнях економічної</p>

	<p>системи (організація, галузь, національна економіка, глобальна економіка), що використовується як філософія та функція управління комерційних та некомерційних організацій,</p> <p>Особливості ОП полягають у комплексному характері підготовки, яка спрямована на формування економічного та управлінського способу мислення, знання та навичок щодо провадження економічно-ефективної, соціально-відповідальної, належним чином адаптованої до умов місця та часу маркетингової політики; налагодження управління організацією, орієнтованого на маркетинг на основі розуміння багаторівневих маркетингових систем, в тому числі тих, що функціонують на макрорівні; розвиток концепції маркетингу та адаптації маркетингової політики до застосування з урахуванням специфічних рис постіндустріального суспільства, викликів та можливостей, пов'язаних з розвитком цифрової економіки, індустрії 4.0, забезпечення сталого розвитку, відповідального споживання та корпоративної ринкової соціальної відповідальності. Поруч із розвитком знань та навичок, необхідних для реалізації ринково-орієнтованого бізнес-адміністрування комерційних організацій, ОП передбачає опанування знань та розвиток навичок здійснення маркетингу у некомерційному секторі.</p> <p>Зміст та структура програми визначені з урахуванням кваліфікаційних вимог та рекомендацій провідних світових (AMA, CIM, ADETEM, AFM, NIMA, EMC) та національної асоціації маркетингу (УАМ)</p> <p>Здобувачі вищої освіти за цією освітньою програмою мають можливість брати участь в програмах міжнародної академічної мобільності (тривалістю 1 або 2 семестри), яка реалізується іноземною мовою за умови необхідної мовної підготовки.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Працевлаштування на підприємствах, в установах та організаціях будь-яких видів діяльності та організаційно-правової форми.</p> <p>Бакалавр з маркетингу здатний виконувати зазначені нижче професійні роботи згідно із класифікатором професій ДК 003:2010:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу;</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>1317 Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.)</p> <p>1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу;</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами;</p> <p>2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>3415 Технічний та торговий представник;</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери;</p> <p>3436.1 Помічник керівника підприємства (установи, організації), референт;</p> <p>3436.2 Помічник керівника іншого основного підрозділу;</p> <p>3436.3 Помічник керівника малого підприємства без апарату управління.</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (Консультант з маркетингу; Консультант з реклами та збуту; Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; Рекламист; Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою та ін.)</p>

	<p>3415 Технічний та торговий представник (Агент комерційний; Мерчендайзер; Торговий агент комерційний; Торговий агент промисловий; Представник торговельний);</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (Агент рекламний; Представник з реклами; Обслуговування бізнесу та реклами);</p> <p>3436 Помічник керівника підприємства (установи, організації), референт.</p>
Подальше навчання	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Організація освітнього процесу на засадах компетентнісного, студентоцентрованого та системного підходів визначається Положенням про організацію освітнього процесу в Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова (http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-osvit-process.pdf)</p> <p>Освітній процес здійснюється у таких формах: лекції, семінари, практичні заняття в малих групах, самостійна робота, індивідуальні консультації із викладачами та науковими керівниками, підготовка індивідуальних навчально-дослідницьких робіт, інтерактивні методи навчання, участь у конференціях, написання статей та тез, навчальна, виробнича та переддипломна практики, залучення здобувачів до виконання програм наукових фундаментальних і прикладних досліджень кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування економіко-правового факультету.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за шкалою ЄКТС у формі поточного та підсумкового контролю окремих освітніх компонентів. Поточний контроль здійснюється шляхом усного і письмового опитування, тестування, захисту звітів з практики. Підсумковий контроль – іспити та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Підсумкова атестація за результатами складання атестаційного екзамену.</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>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.</p>
Загальні компетентності	<p>ЗК 1. 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.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та здобутки суспільства на основі розуміння історії та закономірностей його розвитку у цілому та основних підсистем, зокрема економіки та ринків; місця своєї предметної сфери у загальній системі знань про природу і суспільство та її ролі у розвитку суспільства, техніки і технологій; використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Здатність займати чітку позицію, визначати мету та виявляти наполегливість щодо досягнення поставлених завдань і виконання обов'язків.</p>

	<p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Здатність ефективно використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології та відповідні пристрої.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань та (або) видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти у соціально відповідальний спосіб та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p>СК 1. Здатність логічно та послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у економічному середовищі.</p> <p>СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складниками.</p> <p>СК 5. Здатність правильно та ефективно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати економічної діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК 13. Здатність здійснювати планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному перерізі.</p> <p>СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення шляхів та способів здійснення маркетингової діяльності.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p>

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при ухваленні управлінських рішень.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти ухвалення управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів організації та іншим зацікавленим особам.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи для забезпечення діяльності організації у ринковій середовищі.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 15. Діяти свідомо та у соціально-відповідальний спосіб, виявляючи повагу до культурного розмаїття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості, дотримуватись етичних принципів маркетингу.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 17. Демонструвати розвинені навички письмового та усного професійного спілкування українською та іноземними мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і здобутків суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Якісний склад науково-педагогічних працівників, які здійснюють підготовку бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» відповідає ліцензійним умовам. Освітній процес забезпечують науково-педагогічні працівники кафедр університету, серед яких, професори, доценти, старші викладачі, викладачі. Науково-педагогічні працівники, що забезпечують реалізацію даної програми, мають відповідну базову освіту, науковий ступінь, вчене звання, необхідну кількість публікацій у фахових наукових виданнях, у тому числі в тих, які включені до міжнародних науково-метричних баз, беруть активну участь у наукових та науково-практичних конференціях різного рівня, у тому числі міжнародних. Усі науково-педагогічні працівники, відповідно до укладених графіків, проходять

	підвищення кваліфікації у закладах вищої освіти, науково-дослідних інститутах та у суб'єктів виробничої сфери
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу (навчальні приміщення, спеціалізовані кабінети, комп'ютерні класи, навчальні лабораторії, мультимедійне обладнання тощо) відповідає вимогам до проведення лекційних та практичних (семінарських) занять, у т. ч. в дистанційному режимі. Університет має локальні комп'ютерні мережі з доступом до мережі Інтернет. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура (гуртожитки, їдальня, спортивні зали та відкриті спортивні майданчики, тренажерні зали, медичний комплекс), кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Обладнана спеціалізована аудиторія «Віртуальна навчальна фабрика Industry 4.0» із застосуванням технологій віртуальної та доповненої реальності в освіті за підтримки ERASMUS+.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчальний процес забезпечується необхідною навчальною та методичною літературою: підручниками, навчальними посібниками, методичними рекомендаціями до практичних, лабораторних, семінарських занять, самостійної роботи тощо. Інформаційні ресурси розміщені у фондах наукової бібліотеки та сайті економіко-правового факультету ОНУ імені І. І. Мечникова.
9 – Академічна мобільність	
Національна та міжнародна кредитна мобільність	Здобувачі можуть брати участь у програмах національної та міжнародної кредитної мобільності згідно з укладеними угодами між ОНУ імені І. І. Мечникова та закладами вищої освіти щодо програм академічної мобільності студентів. Порядок організації програм академічної мобільності та порядок визнання результатів навчання учасників програм встановлюють: «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ОНУ імені І. І. Мечникова», «Положення про порядок визнання (перезарахування) результатів навчання учасників програм академічної мобільності в ОНУ імені І. І. Мечникова». (http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozhennya/mobility.pdf) (http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozhennya/Polozhennya-kredity.pdf) Індивідуальна академічна мобільність можлива через участь у програмах проекту Erasmus+. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова (ОНУ) бере участь в програмах «Еразмус+». Спеціальний веб-сайт програми в ОНУ: erasmus.onu.edu.ua

2. Перелік компонент освітньої програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність

Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові освітні компоненти			
1.1. Освітні компоненти загальної підготовки			
ОК 1	Історія України	3	Залік
ОК 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Іспит
ОК 3	Філософія	4	Залік
ОК 4	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	Залік
ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік, іспит
	Фізична культура (позакредитна)	8	Залік
	Разом	19	
1.2. Освітні компоненти професійної підготовки			
ОК 6	Вища та прикладна математика	6	Іспит
ОК 7	Інформаційні системи та технології	5	Залік
ОК 8	Конституційне право України	4	Залік
ОК 9	Вступ до спеціальності	4	Іспит
ОК 10	Економічна теорія	5	Іспит
ОК 11	Мікроекономіка	5	Іспит
ОК 12	Маркетинг	5	Іспит
ОК 13	Менеджмент	5	Іспит
ОК 14	Психологія управління	5	Іспит
ОК 15	Поведінка споживачів	5	Іспит
ОК 16	Економіка підприємства	5	Іспит
ОК 17	Фінанси, гроші та кредит	4	Іспит
ОК 18	Еволюція теорії маркетингу	4	Залік
ОК 19	Управління персоналом	4	Іспит
ОК 20	Статистика	4	Іспит
ОК 21	Маркетингові комунікації	4	Іспит
ОК 22	Податкова система	4	Іспит
ОК 23	Управлінські рішення	6	Іспит
ОК 24	Теорія систем в менеджменті та маркетингу	4	Залік
ОК 25	Облік та аудит	4	Іспит
ОК 26	Цифровий маркетинг та електронна комерція	5	Залік
ОК 27	Логістика	5	Іспит
ОК 28	Дослідження та аналіз ринків	4	Іспит
ОК 29	Господарське право	4	Іспит
ОК 30	Бренд-менеджмент	4	Іспит
ОК 31	Стратегічний маркетинг	4	Іспит
ОК 32	Маркетинг послуг	4	Іспит
ОК 33	Стратегічне управління	4,5	Іспит
ОК 34	Маркетингове планування	3	Іспит
ОК 35	Управління ризиками	3,5	Іспит
ОК 36	Маркетинг некомерційних організацій	4,5	Іспит
ОК 37	Кризис-менеджмент	3	Іспит
ОК 38	Курсова робота	3	Диф. залік
ОК 39	Курсова робота	3	Диф. залік
ОК 40	Навчальна практика	3	Диф. залік
ОК 41	Виробнича практика	6	Диф. залік
ОК 42	Атестаційний екзамен	1,5	Іспит
	Разом	157	

Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів:		176	
2. Вибіркові освітні компоненти			
ВК 1	Каталог вибірових дисциплін ОП «Маркетинг»	4	Залік
ВК 2		4	Залік
ВК 3		4	Залік
ВК 4		4	Залік
ВК 5		4	Залік
ВК 6		4	Залік
ВК 7		4	Залік
ВК 8		4	Залік
ВК 9		4	Залік
ВК 10		4	Залік
ВК 11		4	Залік
ВК 12		4	Залік
ВК 13		4	Залік
ВК 14		4	Залік
ВК 15		4	Залік
ВК 16		4	Залік
Загальний обсяг вибірових освітніх компонент:		64	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ:		240	

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Курс	Цикл загальної підготовки				Цикл професійної підготовки					
	Обов'язкові компоненти ОП		Кредитів ЄКТС	Вибіркові компоненти ОП	Кредитів ЄКТС	Обов'язкові компоненти ОП		Кредитів ЄКТС	Вибіркові компоненти ОП	Кредитів ЄКТС
1 курс, 1 семестр	ОК 1	Історія України	3			ОК 6	Вища та прикладна математика	6		
	ОК 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3			ОК 7	Інформаційні системи та технології	5		
						ОК 8	Конституційне право України	4		
						ОК 9	Вступ до спеціальності	4		
						ОК 10	Економічна теорія	5		
		Разом	6		0			24		0
1 курс, 2 семестр	ОК 4	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3			ОК 11	Макроекономіка	5	ВК 1	4
						ОК 12	Маркетинг	5		
						ОК 13	Менеджмент	5		
						ОК 14	Психологія управління	5		
						ОК 40	Навчальна практика	3		
		Разом	3		0			23		4
2 курс, 3 семестр						ОК 15	Поведінка споживачів	5	ВК 2	4
						ОК 16	Економіка підприємства	5	ВК 3	4
						ОК 17	Фінанси, гроші та кредит	4		
						ОК 18	Еволюція теорій маркетингу	4		

						OK 19	Управління персоналом	4		
		Разом			0			22		8
2 курс, 4 семестр						OK 20	Статистика	4	БК 4	4
						OK 21	Маркетингові комунікації	4	БК 5	4
						OK 22	Податкова система	4		
						OK 23	Управлінські рішення	6		
						OK 24	Теорія систем в менеджменті та маркетингу	4		
						OK 38	Курсова робота	3		
		Разом			0			25		8
3 курс, 5 семестр	OK 3	Філософія	4			OK 25	Облік та аудит	4	БК 6	4
						OK 26	Цифровий маркетинг	5		
						OK 27	Логістика	5		
						OK 28	Дослідження та аналіз ринку	4		
						OK 29	Господарське право	4		
		Разом	4		0			22		4
3 курс, 6 семестр	OK 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	1			OK 30	Бренд-менеджмент	4	БК 7	4
						OK 31	Стратегічний маркетинг	4	БК 8	4
						OK 32	Маркетинг послуг	4		
						OK 33	Стратегічне управління	4,5		
						OK 39	Курсова робота	3		
						OK 41	Виробнича практика	6		

		Разом	1		0			25,5		8
4 курс, 7 семестр	ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2			ОК 34	Маркетингове планування	3	ВК 9	4
						ОК 35	Управління ризиками	3,5	ВК 10	4
						ОК 36	Маркетинг некомерційних організацій	4,5	ВК 11	4
									ВК 12	4
		Разом	2		0			11		16
4 курс, 8 семестр	ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3			ОК 37	Кризис-менеджмент	3	ВК 13	4
									ВК 14	4
						ОК 41	Атестаційний екзамен	1,5	ВК 15	4
									ВК 16	4
			Разом	3		0			4,5	
		Всього	19					157		64

Дисципліни циклу загальної підготовки спрямовані на формування загальних компетентностей у здобувача вищої освіти, зокрема, емоційного інтелекту, прогресивного світогляду, організаційних та комунікаційних навичок, знатність до проведення наукових досліджень. Дисципліни циклу професійної підготовки спрямовані на формування у здобувача вищої освіти спеціальних фахових компетентностей за галуззю знань. Вибіркові дисципліни спрямовані на формування у здобувача вищої освіти спеціальних фахових компетентностей з урахуванням особистої предметної області та професійного спрямування. Практична підготовка спрямована на формування у здобувачів практичних навичок реалізації здобутих загальних і спеціальних фахових компетентностей за галуззю знань. Навчальне навантаження здобувача включає всі види його роботи (самостійну, аудиторну, лабораторну, дослідницьку тощо) відповідно до навчального плану.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання досягнення програмних результатів навчання, передбачених стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» та цією освітньо-професійною програмою.

