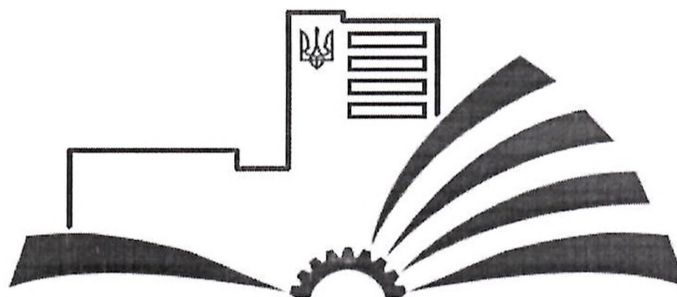


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«БІЗНЕС-МАРКЕТИНГ ТА ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ ЧНТУ

Голова вченої ради

С.М. Шкарлет

(протокол № 31 від «25» 03 2019р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09 2019р.

Ректор С.М. Шкарлет

(наказ № 37 від «25» 03 2019 р.)

Чернігів – 2019

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти	перший
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Кваліфікаційний рівень Національної рамки кваліфікації	сьомий
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Професійна кваліфікація	
Кваліфікація в дипломі	Бакалавр маркетингу

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Розроблено робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

1. Жидок Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету;
2. Рябова Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету;
3. Бабаченко Лариса Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету.

Додаються рецензії та відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. О.В. Бородавко, заступник директора філії з розвитку мережі Чернігівської дирекції ПАТ «УКРПОШТА»
2. Є.В. Ромат, голова Співки рекламистів України, д.н.держ.упр., проф., завідувач кафедри маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Чернігівський національний технологічний університет Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр маркетингу Перший (бакалаврський) рівень
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів, «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитація спеціальності «Маркетинг» освітнього ступеня бакалавр. Сертифікат про акредитацію серія УД №26001639. Термін дії сертифіката до 01.07.2022р.
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 7 рівень, FQ-EHEA –перший цикл, EQF LLL – 7 рівень
<i>Передумови</i>	Документ державного зразка про повну загальну середню освіту (атестат) і додаток до нього або наявність ступеня молодший бакалавр. При вступі на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») може бути визнано та перераховано результати навчання, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) обсягом: -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. При вступі на базі ступеня «бакалавр» за іншими спеціальностями може бути визнано та перераховано результати навчання, отримані в межах попередньої освітньої програми обсягом не більше ніж 90 кредитів ЄКТС.

Мова(и) викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://marketing.stu.cn.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Забезпечити студентам здобуття теоретичних і практичних знань з організації та ведення маркетингової діяльності, що дасть їм можливість професійно виконувати свої обов'язки за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Обсяг навчальної програми (240 кредитів ЄКТС) складається з циклу дисциплін загальної підготовки – 58 кредити; циклу дисциплін професійної підготовки – 170 кредитів; дослідницької компоненти <i>навчальна (ознайомлювальна), навчальна (за фахом), виробнича практика</i>) – 12 кредитів. При цьому обсяг навчальних дисциплін за вільним вибором студента становить 61 кредит (25,4%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • Цілі навчання – підготовка бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • Теоретичний зміст предметної області суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-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. • Методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • Бакалавр маркетингу має оволодіти системою

	загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна
<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Загальна освіта з маркетингу. Програма базується вивченні передових досягнень вітчизняних та зарубіжних науковців з метою використання набутих знань для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
<i>Особливості програми</i>	Програма орієнтована на підготовку маркетологів з врахуванням вимог ринку праці, з проходженням навчальної та виробничої практики на підприємствах з метою підвищення рівня знань та навичок з управління їх маркетинговою діяльністю за умов мінливості зовнішнього середовища.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	При успішному завершенні програми випускники мають право обіймати наступні первинні посади: представник торговельний, мерчендайзер, торговець комерційний, торговець промисловий, організатор зі збуту, торговець (обслуговування бізнесу та реклами).
<i>Подальше навчання</i>	Особа має право на продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, НРК – 8 рівень, FQ-EHEA --другий цикл, EQF LLL – 8 рівень
5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: проблемно-орієнтоване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання, індивідуальних занять.
<i>Оцінювання</i>	Письмові екзамени, заліки, захист курсових робіт, кваліфікаційний комплексний іспит, захист звіту з навчальної, виробничої практики. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється: за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX)

6 – Програмні компетентності

<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<i>Загальні компетентності</i>	<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 і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</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. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих 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 проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</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/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК 15. Здатність використовуючи професійні знання володіти умінням переконувати та доводити свою точку зору.</p> <p>ЗК 16. Навички використання засобів Інтернет-комунікацій та оцінювання їх впливу на конкурентні позиції підприємства.</p> <p>ЗК 17. Здатність до пошуку нових, більш ефективних форм інтернет-комунікацій для просування продукції.</p> <p>ЗК 18. Здатність застосовувати знання з основ економіки та підприємницької діяльності.</p> <p>ЗК 19. Здатність використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 20. Здатність до ініціативності, відповідальності та набуття навичок до безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.</p>

<p><i>Спеціальні (фахові) компетентно сті</i></p>	<p>СК 1. Здатність логічно і 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 маркетинговому середовищі.</p> <p>СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Здатність коректно 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 господарської 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 планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК 15. Здатність адаптації теорії і практики маркетингової діяльності у розвинених країнах до умов вітчизняного ринку.</p> <p>СК 16. Здатність до розроблення комунікаційної політики підприємства в напрямі здійснення комерційної діяльності на основі використання сучасних технологій та новітніх можливостей ринку.</p> <p>СК 17. Здатність використання інтернет-маркетингу як складника маркетингових комунікацій.</p>
---	---

7 – Програмні результати навчання	
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
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 прийнятті управлінських рішень.
ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
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.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН 19	Вміти організувати роботу щодо удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.
ПРН 20	Вміти використовувати традиційні та інноваційні інструменти і технології у мережі Інтернет з метою залучення споживачів, позиціонування підприємства та встановлення комунікації з наявними споживачами.
ПРН 21	Вміти застосовувати сучасні інструменти маркетингових інтернет-комунікацій з метою орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства на облік ринкового попиту, потреб і вимог споживача.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Всі науково-педагогічні працівники задіяні у викладанні дисциплін зі спеціальності 075 “Маркетинг” є штатними співробітниками ЧНТУ, мають наукові ступені та вчені звання та підтверджений високий рівень наукової і професійної активності.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Кафедра забезпечена сучасною оргтехнікою: комп'ютерами, принтерами, сканером, ксероксом. На кафедрі широко застосовуються нові технології навчання, що базуються на використанні системи Internet, створена локальна комп'ютерна мережа кафедри, з'єднана з інформаційною мережею університету. Кафедра в достатній мірі забезпечується наочними матеріалами, нормативно-технічною документацією та іншими матеріалами для проведення практичних та семінарських робіт.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Офіційний веб-сайт ЧНТУ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.

9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Чернігівським національним технологічним університетом та вищими навчальними закладами України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Чернігівським національним технологічним університетом та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Історія України	4	Е
ОК 2.	Історія української культури	3	З
ОК 3.	Основи академічного письма	3	З
ОК 4.	Іноземна мова	16	З
ОК 5.	Філософія	4	Е
ОК 6.	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	З
ОК 7.	Економіка підприємства	4	Е
ОК 8.	Фахова українська мова та основи ділової комунікації	3	З
ОК 9.	Громадянська освіта	3	З
ОК 10.	Фізичне виховання	12	З
ОК 11.	Діловодство	3	З
ОК 12.	Економічна теорія	4	Е
ОК 13.	Вища математика	6	Е
ОК 14.	Менеджмент	4	Е
ОК 15.	Вступ до фаху	4	З
ОК 16.	Ринкові дослідження	6	Е, КСР
ОК 17.	Інформаційні системи та технології	4	Е
ОК 18.	Мікроекономіка	4	Е
ОК 19.	Товарознавство	5	Е

ОК 20.	Макроекономіка	4	Е
ОК 21.	Комерційна діяльність	4	Е
ОК 22.	Електронна комерція	4	Е
ОК 23.	Управління бізнесом та бізнес-проектами	6	Е, КСР
ОК 24.	Стратегічне управління	5	Е
ОК 25.	Маркетинг	12	З,Е, КСР
ОК 26.	Маркетинговий аналіз	4	З
ОК 27.	Логістика	4	Е
ОК 28.	Комп'ютерна графіка	4	Е
ОК 29.	Маркетингова товарна політика	5	Е
ОК 30.	Маркетингове ціноутворення	5	Е
ОК 31.	Маркетингові дослідження	5	Е
ОК 32.	Маркетинг промислового підприємства	6	Е, КСР
ОК 33.	Маркетинг послуг	4	Е
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		167	-
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.	Фінансовий та управлінський облік	3	З
	Теорія бухгалтерського обліку	3	З
ВБ 2.	Фінанси підприємств	4	Е
	Податкова система	4	Е
ВБ 3.	Підприємницька діяльність	5	Е
	Основи бізнесу	5	Е
ВБ 4.	Психологія основ маркетингової діяльності	3	З
	Психологія реклами	3	З
ВБ 5.	Проектний аналіз	5	Е
	Економічний аналіз	5	Е
ВБ 6.	Поведінка споживача	5	Е
	Соціально-етичний маркетинг	5	Е
ВБ 7.	Реклама та PR	4	З
	Public relations	4	З
ВБ 8.	Міжнародна економіка	4	Е
	Основи зовнішньоекономічної діяльності	4	Е
ВБ 9.	Інвестування	3	З
	Аналіз інвестиційних проектів	3	З
ВБ 10.	Маркетингові комунікації	5	З
	Логістичні послуги	5	З

ВБ 11.	Маркетинг в соціальних мережах	5	3
	Контент-маркетинг	5	3
ВБ 12.	Міжнародний маркетинг	3	3
	Маркетинг інновацій	3	3
ВБ 13.	Інтернет-маркетинг	5	Е
	Управління ризиками	5	Е
ВБ 14.	Брендинг	4	Е
	Медіапланування	4	Е
ВБ 15.	Direct маркетинг	3	3
	Мерчандайзинг	3	3
Загальний обсяг вибірових компонент:		61	-
Практична підготовка			
Навчальна (ознайомлювальна) практика		3	3
Навчальна (за фахом) практика		3	3
Виробнича практика		6	3
Загальний обсяг:		12	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	-

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Семестр	Види навчальної діяльності
I семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 12 кр. Дисципліни професійної підготовки: 18 кр.
II семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 11 кр. Дисципліни професійної підготовки: 19 кр.
III семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 12 кр. Дисципліни професійної підготовки: 18 кр.
IV семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 12 кр. Дисципліни професійної підготовки: 15 кр. Практична підготовка: 3 кр.
V семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 5 кр. Дисципліни професійної підготовки: 25 кр.
VI семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 2 кр. Дисципліни професійної підготовки: 25 кр. Практична підготовка: 3 кр.
VII семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 2 кр. Дисципліни професійної підготовки: 28 кр.
VIII семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 2 кр. Практична підготовка: 22 кр. Практична підготовка: 6 кр.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра маркетингу, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, провідних науковців, відповідно до Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти Чернігівського національного технологічного університету. Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену (кваліфікаційного комплексного іспиту).
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Атестаційний екзамен (кваліфікаційний комплексний іспит) включає програмні питання, які визначають рівень та обсяг засвоєння знань, умінь, інших компетентностей здобувачами вищої освіти.

Перелік використаних джерел

1. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників – Галузеві випуски [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1046.440.0>;
2. Класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009:2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
3. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти [Електронний ресурс]: [Постанова від 30.12.2015 р. №1187] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248779880>
4. Методичні рекомендації з розроблення складових галузевих стандартів вищої освіти (компетентний підхід) [Електронний ресурс] / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти МОН. – Київ, 2013. – 90с. – Режим доступу: http://in.ndu.edu.ua/noo/file.php/1/moddata/forum/7/40/Instrukci-ja_GSVO.doc
5. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти [Електронний ресурс] / [Наказ МОН від 01.06.2016 р. № 600]. – Режим доступу: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/5555->
6. Міжнародна Стандартна Класифікація Освіти (ISCED–97: International Standard Classification of Education / UNESCO, Paris). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Pages/international-standard-classification-of-education.aspx>;
7. Освітні програми: побудова, викладання, оформлення та зміст: [Рекомендації з розробки для науково-педагогічних працівників, рекомендовані вченою радою ЧНТУ, протокол від 26.09.2017 р. №7]. – Чернігів: ЧНТУ, 2017. – 22 с.
8. Національна рамка кваліфікацій [Електронний ресурс]: [Постанова Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. №1341]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>
9. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010 : [Електронний ресурс] / [Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 2.09.2015 року №1084]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Національний освітній глосарій: вища освіта / [авт.-уклад.: В.М. Захарченко, С.А. Калашнікова, В.І. Луговий, А.В. Ставицький, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова]; за ред. В.Г.Кременя. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014.– 100 с.
11. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [Електронний ресурс] / [Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>
12. Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти Чернігівського національного технологічного університету, затверджене Наказом ректора ЧНТУ від 30.11.2015 р. №197 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stu.cn.ua/media/files/pdf/p-ekavo.pdf>
13. Розроблення освітніх програм: [методичні рекомендації] / [авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова]; за ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.
14. Стандарт вищої освіти для першого рівня для спеціальності 075 “Маркетинг”, МОН. – Київ, 2016. – 11 с.

ВІДГУК
на освітньо-професійну програму
«Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Чернігівського національного технологічного університету

В умовах конкурентного середовища, яке вимагає трансформації суб'єктів господарювання, зростає роль маркетингової діяльності, мета якої забезпечити управління всіма видами діяльності на підприємстві, що пов'язані із виробництвом продукції та її реалізацією через систему збуту до кінцевого споживача. З розвитком ринкових відносин маркетингова діяльність відіграє все більшу роль у функціонуванні підприємства. Для утримання позицій на ринку, забезпечення збуту виробленої продукції підприємство вдається до маркетингових заходів, що сприяють ефективному функціонуванню суб'єкта господарювання. Саме тому підготовка фахівців маркетингу є особливо актуальною в наш час.

Освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дозволяє студентам здобути теоретичні і практичні знання з організації раціонального комплексу маркетингу, що дозволить збільшити ефективність маркетингової діяльності підприємства на ринку, навчитися застосовувати сучасні інструменти маркетингових Інтернет-комунікацій з метою орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства на облік ринкового попиту, потреб і вимог споживача, що дасть їм можливість професійно виконувати свої обов'язки за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

Освітньо-професійна програма передбачає вивчення економічних дисциплін, які дають можливість майбутнім фахівцям оволодіти сучасними новими підходами та компетентностями управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Даною освітньо-професійною програмою передбачено навчальну (ознайомлювальну), навчальну (за фахом) та виробничу практику. Головною метою проходження всіх видів практики є оволодіння майбутніми фахівцями сучасними методами, формами організації та засобами праці в галузі їх майбутньої професії. Проходження кожного із видів практики є логічним заключним етапом теоретичного процесу навчання.

Завершальним етапом навчання є атестація, яка здійснюється у формі кваліфікаційного комплексного іспиту.

Враховуючи вищезазначене можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у Чернігівському національному технологічному університеті є актуальною і передбачає підготовку висококваліфікованих бакалаврів маркетингу.

Голова Співки рекламистів України
(завідувач кафедри маркетингу
Київського національного
торговельно-економічного університету)
професор



Є.В. Ромат

ВІДГУК
на освітньо-професійну програму
«Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Чернігівського національного технологічного університету

В умовах нестабільності, кризи, посилення ризику в діяльності, підвищення рівня конкуренції на ринку маркетинг виступає механізмом, який допомагає підприємствам реалізувати нові можливості, вижити і розвиватися. Для досягнення успіху будь-якому підприємству необхідно для забезпечення власної конкурентоспроможності орієнтуватися на задоволення потреб споживачів, тобто дотримуватися основних принципів маркетингу. Тому для збереження, зміцнення та зростання позиції підприємств на ринку підготовка фахівців маркетингу є особливо актуальною в наш час.

Освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дозволяє студентам здобути теоретичні і практичні знання з організації та ведення маркетингової діяльності, навчитися застосовувати сучасні інструменти маркетингових Інтернет-комунікацій з метою орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства на облік ринкового попиту, потреб і вимог споживача, що дасть їм можливість професійно виконувати свої обов'язки за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

Зміст освітньо-професійної програми містить низку економічних дисциплін, вивчення яких дає можливість оволодіти сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Даною освітньо-професійною програмою передбачено навчальну (ознайомлювальну), навчальну (за фахом) та виробничу практику. Основна мета проходження практики полягає у оволодінні студентами сучасними методами, формами організації та засобами праці в галузі їх майбутньої

Наукова та переддипломна практика є складовою частиною даної освітньо-професійної програми. Проходження практики передбачає здобуття навичок володіння сучасними методами та формами організації праці фахівців маркетингу. Переддипломна практика проводиться з метою узагальнення і вдосконалення здобутих знань, практичних умінь та навичок, оволодіння професійним досвідом.

Заключним етапом навчання є захист випускної кваліфікаційної роботи, яка передбачає вирішення проблеми у сфері сучасного маркетингу шляхом розв'язання складного спеціалізованого завдання, що потребує проведення досліджень або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Враховуючи вищезазначене можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у Чернігівському національному технологічному університеті є актуальною і передбачає підготовку висококваліфікованих магістрів маркетингу.

Заступник директора філії
з розвитку мережі Чернігівської
дирекції ПАТ «УКРПОШТА»



О.В. Бородавко