

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ АКАДЕМІКА СТЕПАНА ДЕМ'ЯНЧУКА**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГОВІ ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

на здобуття ступеню вищої освіти: бакалавра

за спеціальністю: 075 Маркетинг

галузі знань: 07 Управління та адміністрування

Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу, фахівець з маркетингових та соціальних комунікацій



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

**/ проф. А. С. Дем'янчук /
(протокол № 9 від «25» 04 2019 р.)**

Освітня програма вводиться в дію з 01.05 2019 р.

**Ректор / проф. А. С. Дем'янчук /
(наказ № 05/5280 від «31» 05 2019 р.)**

Рівне 2019р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука» у складі:

1. Романов Артур Дмитрович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука». *гарант освітньої програми*
2. Борейко Володимир Іванович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука».
3. Коваль Лариса Антонівна – кандидат економічних наук, доцент, заступник завідувача кафедри економіки та фінансів ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука».
4. Артюшок Костянтин Андрійович – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів, декан економічного факультету ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука».
5. Олієвська Мирослава Григорівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука».
6. Демидюк Сергій Максимович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту ПВНЗ «МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Левицька С.О. – доктор економічних наук, професор, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне.
2. Новорок Т.Є. – заступник директора Рівненського обласного центру зайнятості

**Профіль освітньої програми «Маркетингові та соціальні комунікації»
зі спеціальності 075 Маркетинг**

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». Економічний факультет
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетингові та соціальні комунікації
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу, фахівець з маркетингових та соціальних комунікацій
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетингові та соціальні комунікації»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Рішення акредитаційної комісії від 5 липня 2016 р. протокол №122
Цикл/рівень	НРК України - 6 рівень, EQ-EHEA - перший цикл, EQF LLL - 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До повного завершення періоду навчання або наступного оновлення програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.megu.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Формування та розвиток загальних і професійних компетентностей, які спрямовані на здобуття студентом: знань, вмінь і навичок, підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та 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, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна. Забезпечує отримання загальних та професійних знань, розумінь, навичок та здатностей у галузі маркетингової діяльності, які мають універсальний характер.
Особливості програми	Інтеграція фахової підготовки в галузі маркетингу
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійна діяльність у сфері управління організаціями та їх підрозділами за невизначеності умов і вимог. За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Подальше навчання	Бакалавр може продовжувати навчання за програми: НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання в поєднанні з технологіями дистанційного навчання.
Оцінювання	Оцінки виставляються за національною шкалою та шкалою ECTS: за підсумками екзаменів та заліків, за результатами виконання курсових робіт, кваліфікаційної атестації та результатами практик.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна	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.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та 7 синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності спеціальності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових

	суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
	P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані

	маркетингові рішення. P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
--	--

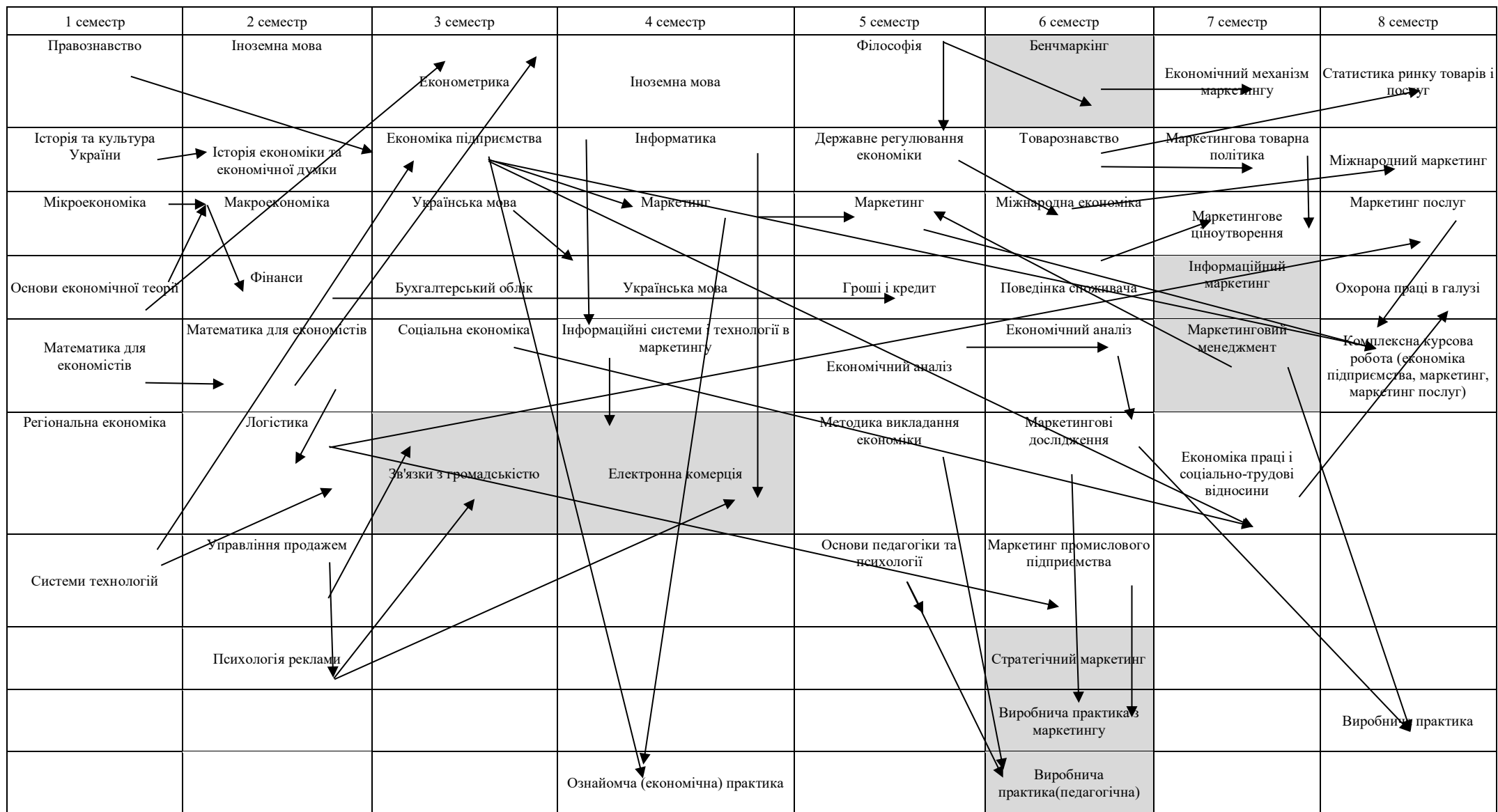
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП.

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Історія та культура України	3	екзамен
ОК 2.	Правознавство	3	екзамен
ОК 3.	Іноземна мова	9	екзамен
ОК 4.	Українська мова	6	екзамен / залік
ОК 5.	Філософія	3	екзамен
ОК 6.	Бенчмаркінг	3	екзамен
ОК 7.	Теорія соціальних комунікацій	3	залік
ОК 8.	Ознайомча практика (економічна)	2	екзамен
ОК 9.	Виробнича практика(з маркетингу)	9	екзамен
ОК 10.	Практика виробнича переддипломна	9	екзамен
ОК 11.	Курсова робота	3	екзамен
ОК 12.	Кваліфікаційний екзамен	10	екзамен
ОК 13.	Історія економіки та економічної думки	3	екзамен
ОК 14.	Мікроекономіка	5	екзамен
ОК15.	Макроекономіка	5	екзамен
ОК 16.	Основи економічної теорії	5	екзамен
ОК 17.	Математика для економістів	3	залік /екзамен
ОК 18.	Економетрика	3	залік
ОК 19.	Інформатика	3	екзамен
ОК 20.	Бухгалтерський облік	3	залік
ОК 21.	Економіка праці і соціально-трудові відносини	3	екзамен
ОК 22.	Міжнародна економіка	3	екзамен
ОК 23.	Економічний аналіз	4	залік
ОК 24.	Соціальна економіка	3	залік
ОК 25.	Фінанси	3	екзамен
ОК 26.	Державне регулювання економіки	3	залік
ОК 27.	Економіка підприємства	5	екзамен
ОК 28.	Менеджмент	4	залік
ОК 29.	Маркетинг	10	екзамен
ОК 30.	Гроші і кредит	3	залік
ОК 31.	Статистика ринку товарів і послуг	4	екзамен
ОК 32.	Логістика	4	екзамен
ОК 33.	Регіональна економіка	3	залік
ОК 34.	Комунікаційні технології	3	залік
ОК 35.	Маркетинговий аналіз	4	залік
ОК 36.	Соціальна інформація	5	залік
ОК 37.	Економічний механізм маркетингу	5	залік
ОК 38.	Маркетинг закупівель	4	залік
ОК 39.	Психологія реклами	5	залік
ОК 40.	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	залік
ОК 41.	Міжнародний маркетинг	5	екзамен

Загальний обсяг обов'язкових компонент	180
---	------------

ВАРІАТИВНІ КОМПОНЕНТИ			
Вибіркові компоненти 1 блоку ОП			
ВБ 1.	Пресслужба та PR	5	екзамен
ВБ 2.	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ВБ 3.	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ВБ 4.	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ВБ 5.	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен
ВБ 6.	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
ВБ 7.	Маркетинг послуг	5	екзамен
Вибіркові компоненти 2 блоку ОП			
ВБ 1.	Психологія	5	екзамен
ВБ 2.	Управління змінами	6	екзамен
ВБ 3.	Електронна комерція	5	екзамен
ВБ 4.	Маркетинговий аудит	5	екзамен
ВБ 5.	Товарознавство	5	екзамен
ВБ 6.	Інформаційний маркетинг	5	екзамен
ВБ 7.	Зв'язки з громадськістю	5	екзамен
Вибіркові компоненти ОП			
		3	залік
	Дисципліна на вибір 3 семестру (1 дисципліна)	3	залік
	Дисципліна на вибір 4 семестру (1 дисципліна)	3	залік
	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	3	залік
	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	3	екзамен
	Дисципліна на вибір 6 семестру (1 дисципліна)	3	залік
	Дисципліна на вибір 7 семестру (2 дисципліна)	3	залік
	Дисципліна на вибір 8 семестру (1 дисципліна)	3	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Загальний обсяг вибіркових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	



2.2. Структурно-логічна схема ОП.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр освітньо-професійної програми «Маркетингові і соціальні комунікації» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі кваліфікаційного і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу, фахівець з маркетингових і соціальних комунікацій.

Атестація здійснюється відкрито та публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	Нормативні дисципліни																																												
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	ОК 39	ОК 40	ОК 41				
ЗК 1	•		•	•	•								•			•	•	•				•				•				•	•	•													
ЗК 2						•		•	•					•					•		•	•					•				•		•	•		•	•								
ЗК 3	•		•	•	•				•					•		•	•	•				•					•				•	•	•				•	•							
ЗК 4		•				•					•		•	•						•				•			•	•					•						•						
ЗК 5	•	•								•				•									•				•											•		•					
ЗК 6	•						•		•			•	•								•		•			•	•							•		•					•	•			
ЗК 7		•									•													•																					
ЗК 8		•	•	•				•					•		•	•	•				•					•	•	•			•				•			•	•				•		
ЗК 9	•				•					•		•	•					•					•			•	•					•					•					•	•		
ЗК 10	•								•				•									•					•									•		•				•	•		
ФК 1						•		•			•	•							•		•		•		•	•				•				•		•			•	•					
ФК 2	•									•													•																						
ФК 3		•	•	•				•					•		•	•	•				•					•		•		•					•			•	•				•	•	
ФК 4	•				•					•		•	•					•					•			•	•					•					•					•	•		
ФК 5	•								•				•									•					•										•		•			•	•		
ФК 6						•		•			•	•								•		•			•	•								•		•				•	•				
ФК 7	•										•													•																•	•				
ФК 8		•	•	•				•					•		•	•	•				•						•		•	•	•				•			•	•				•	•	
ФК 9	•				•					•		•	•					•					•			•	•					•					•					•	•		
ФК10	•								•				•									•					•										•		•			•	•		
ФК11						•		•			•	•							•		•				•	•						•		•					•	•					
ФК12	•										•													•																					
ФК13		•	•	•				•					•		•	•	•				•						•		•	•	•				•			•	•				•	•	
ФК14		•	•	•				•					•		•	•	•				•						•		•	•	•				•			•	•				•	•	
ФК15	•				•					•		•	•					•					•			•	•					•						•				•	•		
ФК16	•								•				•									•					•										•		•			•	•		
ФК17						•		•			•	•							•		•				•	•								•		•				•	•				
ФК18	•									•														•																•	•				
ФК19		•	•	•				•					•		•	•	•				•						•		•	•	•			•			•	•					•	•	
ФК20	•				•					•		•	•					•					•			•	•					•						•						•	•

