

II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>початковий (молодший спеціаліст)</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>молодший спеціаліст</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 «Управління та адміністрування»</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 «Маркетинг»</u>
КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>молодший спеціаліст з маркетингу</u>

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою

Навчатися за освітньою програмою підготовки молодшого спеціаліста за спеціальністю *075 Маркетинг* можуть особи, які мають повну загальну середню освіту або базову загальну середню освіту із одночасним здобуттям повної загальної середньої освіти.

Опис предметної області

Мета програми – Забезпечити студентам здобуття знань, умінь та розуміння, що відносяться до сфери маркетингу, що дасть їм можливість самостійно виконувати професійну діяльність.

Спрямована на підготовку до роботи за видами економічної діяльності відповідно до Державного класифікатора України «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009:2010, затвердженого і введеного в дію наказом Держспоживстандарту України від 11.10.2010 року № 457

Об'єкти вивчення та діяльності: загальноекономічні та професійні знання, вміння та навички для виконання професійних функцій та типових задач діяльності у сфері маркетингу. Цілі навчання: підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності. Теоретичний зміст предметної області: Інтеграція фахової підготовки в галузі маркетингу, практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності промислових підприємств. Методи, методики та технології: методи та технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін. Інструменти або обладнання: маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; Глобальна мережа; інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи.

Освітня програма молодшого спеціаліста за спеціальністю *075 «Маркетинг»* (галузь знань *07 «Управління та адміністрування»*) є документом, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їхнього вивчення, кількість кредитів, необхідних для виконання програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими має володіти здобувач відповідного рівня вищої освіти.

Ця освітня програма встановлює:

- обсяг навчання, його нормативний термін;

- вимоги до рівня освіти та професійного відбору вступників;
- нормативну та варіативну частини змісту навчання за спеціальністю 075 «Маркетинг», інформаційний обсяг та рівень засвоєння у процесі підготовки відповідно до кваліфікаційних вимог;
- рекомендований перелік навчальних дисциплін підготовки фахівців та компетентності, що вони формують;
- форми атестації здобувачів освіти.

Програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання. Робиться акцент на здатності здійснювати організаційно-економічну, управлінську діяльність на підприємствах, у торговельних організаціях, службах постачання і збуту, консалтингових та рекламних фірмах. Первинні посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогноною) 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; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR.

Академічні права випусників

Випусники мають можливість навчатися за програмами першого ступеню вищої освіти (навчання для здобуття бакалаврського ступеня).

Працевлаштування випусників

Молодший спеціаліст здатний виконувати зазначену професійну роботу відповідно до Державного класифікатора України «Класифікатор професій» ДК 003:2010, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 16 серпня 2012 року N 923 за такими назвами робіт:

Професійні назви робіт	Код КП
Торговець (власність)	3413
Мерчендайзер	3415
Агент торговельний	3415
Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)	3429
Помічник керівника малого підприємства без апарату управління	3436.3
Агент комерційний	3415
Організатор із збуту	3419
Консультант з маркетингу	2419.2
Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Рекламист Економіст із збуту	2419.2
Менеджер (управитель) з реклами	1476.1

Фахівець здатний виконувати наступну професійну роботу :

1. Спеціаліст маркетингової служби підприємства, маркетолог, мерчендайзер, промоутер, PR-менеджер,
2. Помічник директора малого підприємства за видами економічної діяльності, з надання послуг (консалтингової, страхової, рекламної тощо);
3. Помічник керівника агентства: страхового, нерухомості, рекламного тощо;
4. Помічник директора малої торговельної фірми;
5. Помічник керівника магазину; комерсант;
6. Завідувач торговельного залу;
7. Менеджер у роздрібній та оптовій торгівлі.

Конкуренентоспроможність випускників програми молодшого спеціаліста формується на підставі отримання наступних переваг:

- широкий перелік посад, що може обіймати випускник, тобто можливість працевлаштування на посади: Спеціаліст маркетингової служби підприємства, маркетолог, мерчендайзер, промоутер, PR-менеджер, Помічник директора малого підприємства за видами економічної діяльності, з надання послуг (консалтингової, страхової, рекламної тощо); Помічник керівника агентства: страхового, нерухомості, рекламного тощо; Помічник директора малої торговельної фірми; Помічник керівника магазину; комерсант; Завідувач торговельного залу; Менеджер у роздрібній та оптовій торгівлі.

- Організувати маркетингову діяльність із врахуванням особливостей споживачів ;

- Застосовувати стиль ділового спілкування при оформленні документів та ділового листування з іноземними партнерами;

- Аналізувати комплекс маркетингових комунікацій;

- високий рівень отриманих знань та практичних навичок за рахунок використання світових новітніх технологій навчання, що формує компетентності креативності та автономності при вирішенні функціональних та посадових обов'язків;

- високий рівень самоорганізації, як складової ефективного управління в професійному середовищі галузі економіки;

- Здійснювати тестування торговельних марок, визначати етапи їх життєвого циклу;

- Оволодіти методами підготовки пропозицій щодо змін та розвитку товарного асортименту;

- Розробляти пропозиції щодо вдосконалення споживчих властивостей товарів і послуг;

- Обирати інструментарій для маркетингового дослідження;

- Проводити маркетингові дослідження з метою практичного ефективного використання їх результатів.

III. ОБСЯГ КРЕДИТІВ ЄКТС, НЕОБХІДНИЙ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВІДПОВІДНОГО СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Обсяг освітньої програми становить 120 кредитів ЄКТС

Тривалість програми – 1 рік 10 місяців

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЮ МОЛОДШИЙ СПЕЦІАЛІСТ

ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ

Цикли освітньої програми	НОРМАТИВНА СКЛАДОВА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	Загальна кількість		Форма контролю	ВАРІАТИВНА СКЛАДОВА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	Загальна кількість		Форма контролю
		кредитів ЄКТС	годин			кредитів ЄКТС	годин	
ЗАГАЛЬНИЙ ЦИКЛ 41,5 кредитів ЄКТС 34,6%	УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)	2	60	Екзамен	ХРИСТИЯНСЬКА ЕТИКА В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ	1	30	Залік
	ІНОЗЕМНА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)	6	180	Залік				
	ОСНОВИ ПРАВознавства	2	60	Залік				
	ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ	6	180	Залік				
	ІСТОРІЯ УКРАЇНИ	3	90	Екзамен	СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ СТУДІЇ	2	60	Залік
	ОСНОВИ ФІЛОСОФСЬКИХ ЗНАНЬ (ФІЛОСОФІЯ, РЕЛІГІЄЗНАВСТВО)	2	60	Залік				
	ВИЩА МАТЕМАТИКА	2	60	Залік				
	ІНФОРМАТИКА І КОМП'ЮТЕРНА ТЕХНІКА ТА РОБОЧЕ МІСЦЕ ФАХІВЦЯ	4,5	135	Екзамен				
	ЕКОЛОГІЯ	2	60	Залік	МЕНЕДЖМЕНТ	2	60	Залік
	БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ	2	60	Залік	КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА			
	ОХОРОНА ПРАЦІ ТА ОХОРОНА ПРАЦІ В ГАЛУЗІ	3	90	Екзамен				
ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ 64 кредити ЄКТС 53,3 %	МАРКЕТИНГ	6	180	Залік Екзамен Курсова робота	ЦИКЛ ДИСЦИПЛІН САМОСТІЙНОГО ВИБОРУ ВНЗ			
	ПСИХОЛОГІЯ ТА ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ	3	90	Екзамен	ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ	3	90	Залік
	ПОЛІТИЧНА ЕКОНОМІЯ	4,5	135	Залік Екзамен				
	ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ	3	90	Екзамен				
	БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК	2	60	Залік				
	СТАТИСТИКА	2	60	Залік				

	МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА	4,5	135	Залік Екзамен	РЕКЛАМА І СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ	3	90	Залік
	ЛОГІСТИКА	4,5	135	Залік Екзамен				
	МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ	6	180	Залік Екзамен Курсова робота				
	МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА	6	180	Залік				
	МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА	3	90	Залік				
	ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ	3	90	Залік	II. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА			
	МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ	3	90	Залік	МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ	3	90	Залік
	ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	4,5	135	Залік Екзамен	МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ	3	90	Залік
ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ <i>14,5 кредити ЄКТС 12,1%</i>	НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА "МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ"	3	3	90	Залік			
	НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА "МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ"	3	2	60	Залік			
	НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ	2	2	60	Залік			
	ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА	7,5	225	Залік				
ДЕРЖАВНА АТЕСТАЦІЯ	ДЕРЖАВНИЙ КОМПЛЕКСНИЙ ЕКЗАМЕН ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ				Екзамен			

IV. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЩО ФОРМУЮТЬСЯ У РЕЗУЛЬТАТІ НАВЧАННЯ

Програмні компетентності

Інтегральні компетентності		
Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов		
1	Загальні	<ul style="list-style-type: none"> • Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та застосування знань у практичних ситуаціях • Знання та розуміння предметної області і професійної діяльності з можливостями проведення досліджень на відповідному рівні • Формування соціальної компетентності, здатність орієнтуватись в історичних процесах • Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми • Здатність приймати обґрунтовані рішення та працювати в команді • Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання • Здатність до здійснення професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення техногенних аварій й природних небезпек, контролювати дотримання вимог безпеки та гігієни праці • Формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь
2	Спеціальні (фахові)	<ul style="list-style-type: none"> • Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення • Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності • Здатність до застосування в професійній діяльності системи знань господарського та цивільного права • Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку • Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживчих властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживчих властивостей товарів • Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища • Здатність до обґрунтування і вибору комплексу технічних

	<p>засобів, організації інформаційної бази, визначення складу програмного забезпечення, використання інформаційної технології збирання, реєстрації, накопичування та обробки даних для управління і прийняття маркетингових рішень</p> <ul style="list-style-type: none"> •Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу
--	--

V. НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Програмні результати навчання	
Знання	<p>Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності;</p> <p>Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності;</p> <p>Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю;</p> <p>Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства;</p> <p>Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку;</p> <p>Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів;</p> <p>Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок</p>
Уміння	<p>Навички застосування науково-обґрунтованих методів аналізування та прогнозування розвитку підприємств та організацій;</p> <p>Уміння складати економічну звітність, обчислювати показники господарської діяльності підприємства, організації та установи;</p> <p>Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи;</p> <p>Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу</p> <p>Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства;</p> <p>Здатність застосовувати знання та вміння для розв'язання якісних та кількісних задач;</p> <p>Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти;</p> <p>Уміння володіти методологічними прийомами наукових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, використовувати сучасні методи системного наукового аналізу</p> <p>Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства (установи, організації);</p> <p>Володіння різноманітними практичними навичками щодо комп'ютерного збору і обробки інформації;</p> <p>Уміння професійно працювати із сучасною комп'ютерною</p>

		технікою; Навички взаємодії з іншими людьми, уміння працювати в групах, управління конфліктами та стресами.
	Комунікація	Уміти взаємоузгоджувати особисті, колективні та суспільні інтереси; Спираючись на розуміння загальнолюдських цінностей та навички самоаналізу, толерантно ставитися до протилежних думок; Спираючись на певний рівень інтелектуальних знань та комплекс моральних особистих якостей, виховувати уміння поважати інші погляди щодо проблемних питань з професійної діяльності та загальнолюдських цінностей та вмти самокритично оцінювати свою поведінку та результати діяльності; Уміння публічних, ділових та наукових комунікацій як рідною так і іноземною мовами.
	Автономія і відповідальність	Уміння опрацьовувати отримані результати, аналізувати та осмислювати їх, представляти результати роботи і обґрунтовувати запропоновані рішення на сучасному науково-технічному і професійному рівні. Демонструвати соціальну відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень; Практикувати прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування; Нести відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінювання стратегічного розвитку команди; Демонструвати здатність саморозвитку та самовдосконалюватися впродовж життя; Ініціювання інноваційних комплексних проектів, лідерство та повна автономність під час їх реалізації.

VI. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі, проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінювання якості вирішення випускниками задач соціальної та професійної діяльності, рівня сформованості програмних компетенцій та програмних результатів.

Державна атестація випускників за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 075 «Маркетинг» здійснюється за допомогою засобів об'єктивного контролю ступеня досягнення кінцевих цілей освітньої підготовки.

Атестація проводиться на підставі оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок випускників, здійснюється з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики: комплексний державний екзамен за фахом та державний екзамен з іноземної мови.

На державну атестацію винесено комплексний екзамен за фахом, який включає завдання з чотирьох нормативних дисциплін циклу професійної підготовки, відповідно до рекомендацій освітньо-професійної програми, а саме:

Розділ 1. Маркетинг

Розділ 2. Маркетингові дослідження

Розділ 3. Логістика

Розділ 4. Маркетингова товарна політика

Розділ 5 Маркетингова комунікаційна політика

Комплексний державний екзамен складається з двох етапів:

1) тестова перевірка знань, що формують уміння студента орієнтуватися в основних питаннях майбутньої спеціальності

Теоретичні знання студентів, під час державної атестації, перевіряються шляхом тестування в автоматизованому режимі за допомогою електронної системи програмованого опитування.

2) письмове розв'язання практичних завдань, що дозволяє перевірити сформованість відповідних умінь та навичок.

Рішення щодо присвоєння освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст Державна екзаменаційна комісія приймає за умови отримання студентом позитивної оцінки, як за виконання тестових завдань, так і за виконання комплексного кваліфікаційного завдання.

У разі отримання студентом незадовільної оцінки хоча б із однієї складової, комплексний державний екзамен оцінюється Державною екзаменаційною комісією «незадовільно».

Розділи програми державного екзамену підготовлені на основі програм дисциплін, що увійшли до складу державного екзамену.

При підготовці до іспиту студентам рекомендується користуватися літературою, наведеною у кінці програми.

Рішення щодо присвоєння освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст Державна екзаменаційна комісія приймає за умови отримання студентом позитивної оцінки.

У разі отримання студентом незадовільної оцінки хоча б із однієї складової, державний екзамен оцінюється Державною екзаменаційною комісією «незадовільно».

VII. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Система забезпечення Державного вищого навчального закладу «Чернівецький індустріальний коледж» якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми;
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;

9) інші процедури і заходи.

Реалізація основної професійної освітньої програми за фахом повинна забезпечуватися педагогічними кадрами, що мають, як правило, вищу освіту, відповідну профілю дисципліни, що викладається. Викладачі спеціальних дисциплін, як правило, повинні мати досвід діяльності у відповідній професійній сфері.

Реалізація основної професійної освітньої програми за фахом повинна забезпечуватися доступом кожного студента до інформаційних ресурсів (бібліотечних фондів, комп'ютерних баз даних і ін.), за змістом відповідних повному переліку дисциплін основної професійної освітньої програми, наявністю підручників, навчально-методичних, методичних посібників, розробок і рекомендацій зі всіх дисциплін і по всіх видах занять – практикумах, курсовому і дипломному проектуванні і ін., етапах практики, а також наочною допомогою, аудіо-, відео- і мультимедійними матеріалами.

Реалізація основної професійної освітньої програми за фахом повинна забезпечувати виконання студентом лабораторних і практичних робіт, включаючи як обов'язковий компонент практичні завдання з використанням різноманітних технічних прийомів, засобів, персональних комп'ютерів.

VIII. ВИМОГИ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ (У РАЗІ ЇХ НАЯВНОСТІ)

Повна назва Професійного стандарту	Особливості стандарту вищої освіти, пов'язані з наявністю певного Професійного стандарту
Назва та реквізити відповідного документа	Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010.
Назва та реквізити відповідного документа	Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010. — К.: Видавництво "Соцінформ", 2010.

IX. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

У освітній програмі є посилання на такі нормативні документи:

1. Закон України "Про вищу освіту" від 01.07.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
2. Національна рамка кваліфікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
3. Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010. – К.: "Соцінформ", 2010.
4. Національний класифікатор України: "Класифікація видів економічної діяльності" ДК 009:2010.
5. Области образования и профессиональной подготовки 2013 (МСКО-О 2013): сопроводительное руководство к Международной стандартной классификации образования 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/iscied-fields-of-education-training-2013RU.pdf>
6. Про затвердження кваліфікаційних характеристик професій (посад) педагогічних та науково-педагогічних працівників навчальних закладів [Електронний ресурс] / Наказ МОН № 665 від 01.06.13 року. – Режим доступу: <http://osvita.ua/legislation/other/37302/>
7. Про затвердження Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [Електронний ресурс] / Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
8. Про затвердження Переліку основних предметних спеціалізацій підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 014 «Середня освіта (за предметними спеціалізаціями)», за якими здійснюється формування та розміщення державного замовлення та поєднання спеціальностей і спеціалізацій в системі підготовки педагогічних кадрів» [Електронний ресурс] / Проект наказу МОН України. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/citizens/zv%E2%80%99yazki-z-gromadskisty/gromadske-obgovorennya-2016.html>
9. 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.
10. Довідник користувача ЄКТС-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naps.gov.ua/ua/press/announcements/860/>
11. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти (проект) [Електронний ресурс] / кол. авторів. – Режим доступу:

<http://mon.gov.ua/citizens/zv%E2%80%99yazki-z-gromadskisty/gromadske-obgovorennya-2016.html>

12. TUNING (Education). Reference Points for the Design and Delivery of Degree Programmes in Education [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/publications/269-reference-points-for-the-design-and-delivery-of-degree-programmes-in-education.html>

13. ESG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.

14. ISCED (МСКО) 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.

15. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

16. International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/isco08/>

Пояснювальна записка до освітньої програми

Код та найменування спеціальності: 075 «Маркетинг»

Рівень вищої освіти: початковий (молодший спеціаліст)

Форма навчання: денна

Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання: 120 кредитів ЄКТС, 1 рік 10 місяців

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання: Навчатися за освітньою програмою підготовки молодшого спеціаліста за спеціальністю 075 *Маркетинг* можуть особи, які мають повну загальну середню освіту або базову загальну середню освіту із одночасним здобуттям повної загальної середньої освіти

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
1.Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та застосування знань у практичних ситуаціях	+	+	+	+
2.Знання та розуміння предметної області і професійної діяльності з можливостями проведення досліджень на відповідному рівні	+	+	+	
3.Формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь	+	+	+	+
4.Здатність до здійснення професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення техногенних аварій й природних небезпек, контролювати дотримання вимог безпеки та гігієни праці	+	+	+	+
5.Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірнісно-математичні методи їх розв'язання	+	+	+	+
6.Формування соціальної компетентності, здатність орієнтуватись в історичних процесах	+	+		+
7.Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми	+	+		
8. Здатність приймати обґрунтовані	+	+	+	+

рішення та працювати в команді				
Спеціальні (фахові) компетентності				
1.Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення	+	+		
2.Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності	+	+	+	+
3.Здатність до застосування в професійній діяльності системи знань господарського та цивільного права	+	+	+	+
4.Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживних властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживних властивостей товарів	+	+		+
5. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середо	+	+		+
6.Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку	+	+		+
7.Здатність до обґрунтування і вибору комплексу технічних засобів, організації інформаційної бази, визначення складу програмного забезпечення, використання інформаційної технології збирання, реєстрації, накопичування та обробки даних для управління і прийняття маркетингових рішень	+	+		+
8.Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу	+	+	+	+

Матриця відповідності визначених результатів навчання та компетентностей

№	Програмні результати навчання	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності							
		1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності	+		+		+		+						+			
2	Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності		+		+						+			+			
3	Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю	+		+		+		+	+			+		+		+	
4	Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підп	+	+		+		+		+		+						
5	Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку		+			+		+						+		+	
6	Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	+		+				+	+		+		+	+	+	+	+
7	Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок			+		+		+	+			+				+	
8	Навички застосування науково-обґрунтованих методів аналізування та прогнозування розвитку підприємств та організацій			+				+	+		+			+		+	
9	Уміння складати економічну звітність, обчислювати показники господарської діяльності підприємства, організації та установи		+		+			+	+								+
10	Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи	+		+		+		+	+			+		+		+	

11	Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу		+				+		+	+		+				+	
12	Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства		+		+			+			+		+			+	
13	Здатність застосовувати знання та вміння для розв'язання якісних та кількісних задач		+		+		+		+	+				+			
14	Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти		+		+			+			+			+		+	+
15	Уміння володіти методологічними прийомами наукових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, використовувати сучасні методи системного наукового аналізу		+		+		+		+	+		+		+			+
16	Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства (установи, організації)	+	+	+	+	+		+		+	+			+			
17	Володіння різноманітними практичними навичками щодо комп'ютерного збору і обробки інформації		+		+		+	+	+	+				+			+
18	Уміння професійно працювати із сучасною комп'ютерною технікою		+		+		+		+	+						+	+
19	Навички взаємодії з іншими людьми, уміння працювати в групах, управління конфліктами та стресами	+			+		+	+		+		+		+			
20	Уміти узгоджувати особисті, колективні та суспільні інтереси		+		+	+	+		+	+	+		+		+		

21	Спираючись на розуміння загальнолюдських цінностей та навички самоаналізу, толерантно ставитися до протилежних думок		+			+	+	+	+		+	+	+		+		
22	Спираючись на певний рівень інтелектуальних знань та комплекс моральних особистих якостей, виховувати вміння поважати інші погляди щодо проблемних питань з професійної діяльності та загальнолюдських цінностей та вмти самокритично оцінювати свою поведінку та результати діяльності		+										+		+		
23	Уміння публічних, ділових та наукових комунікацій як рідною так і іноземною мовами		+			+	+		+		+		+		+		
24	Уміння опрацьовувати отримані результати, аналізувати та осмислювати їх, представляти результати роботи і обґрунтовувати запропоновані рішення на сучасному науково-технічному і професійному рівні					+	+	+	+	+	+				+		+
25	Демонструвати соціальну відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень		+		+	+	+		+	+	+				+		+
26	Практикувати прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування	+		+				+	+						+		
27	Нести відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінювання стратегічного розвитку команди	+		+				+	+						+		
28	Демонструвати здатність саморозвитку та самовдосконалюватися впродовж життя	+		+		+	+	+				+			+		+
29	Ініціювання інноваційних комплексних проєктів, лідерство та повна автономність під час їх реалізації.	+		+				+	+	+			+	+	+	+	+

Розподіл змісту освітньої програми підготовки за циклами підготовки дисциплінами й практиками та перелік сформованих компетенцій

Цикл	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
1. Цикл загальної підготовки			
Вивчаючи дисципліни циклу, випускник повинен:			
1.01	<p>Здатність формулювати оцінки і версії історичного руху й розвитку; готовність порівнювати й оцінювати факти та діяльність історичних осіб з позиції загальнолюдських та національних цінностей, визначати власну позицію щодо суперечливих питань історії; здатність виявляти інтереси, потреби, протиріччя в позиціях соціальних груп і окремих осіб та їх роль в історичному процесі, тенденції і напрями історичного розвитку; готовність оцінювати різні версії й думки про минулі історичні події, визнаючи можливість необ'єктивності окремих джерел.</p> <p><i>Інформаційна:</i> вміння працювати з джерелами історичної інформації; здатність користуватися довідковою літературою, Інтернетом тощо для самостійного пошуку інформації; здатність систематизувати історичну інформацію, складаючи таблиці, схеми, різні типи планів; готовність самостійно інтерпретувати зміст історичних джерел; здатність виявляти різні точки зору, визнавати і сприймати таку різноманітність; готовність критично аналізувати, порівнювати та оцінювати історичні джерела, виявляти тенденційну інформацію й пояснювати її необ'єктивність.</p> <p><i>Логічна:</i> вміння аналізу, синтезу й узагальнення історичної інформації; використання наукової термінології; всебічний</p>	<p><i>Знати:</i> сутність основних проблем історії та сучасного буття народу України; основні закони та етапи розвитку людської спільності; витоки української нації та її місце в загальнолюдських процесах; суспільно-економічні, політичні та культурні процеси історичного розвитку українського народу; історичні події; зародження та розвиток української державності; процеси розбудови сучасної незалежної української держави; діяльність історичних осіб і політичних партій; вплив геополітичних факторів на функціонування української державності.</p> <p><i>Вміти:</i> порівнювати, аналізувати, узагальнювати і критично оцінювати історичні факти та діяльність осіб; оцінювати події та діяльність людей в історичному процесі з позиції загальнолюдських цінностей; співставляти історичні події, процеси з періодами (епохами); розрізняти тенденційно подану інформацію; орієнтуватись у науковій періодизації історії України; вміти самостійно добувати історичну інформацію за темою, працювати з першоджерелами, літературою; аргументовано на основі історичних фактів відстоювати власні погляди на ту чи іншу проблему; самостійно складати конспект, тези, готувати реферат, відповідь на конференцію, семінарське заняття; вміти диспутовати,</p>	Історія України

<p>характеристиці історичних постатей, розкритті внутрішніх мотивів дій, створення політичних та історичних портретів; самостійного визначення сутності, наслідків та значення історичних подій і явищ; проведення нескладних досліджень, проектної роботи.</p> <p><i>Мовленнєва:</i> розповідати про історичні події та явища й описувати їх, оцінювати власну відповідь, брати участь у дискусії, аргументувати власну позицію; письмово – писати есе, аналітичні доповіді, реферати, рецензії про події та історичні постаті, складати різні типи планів, формулювати доречні питання до історичних текстів; усно та письмово – надавати історичну характеристику (подіям, явищам, видатним діячам), складати таблиці та схеми, будувати на цій основі відповідь.</p> <p><i>Просторова:</i> вміння орієнтуватися в історичному просторі; здатність співвідносити розвиток історичних явищ і процесів з географічним положенням країн та природними умовами; готовність користуючись картою, пояснювати причини і наслідки історичних подій, процесів вітчизняної та всесвітньої історії, основні тенденції розвитку міжнародних відносин; характеризувати, історичний процес та його регіональні особливості.</p> <p><i>Хронологічна:</i> вміння орієнтуватися в історичному часі; вміння розглядати суспільні явища в розвитку та в конкретно-історичних умовах певного часу; здатність співвідносити історичні події, явища з періодами, орієнтуватися в науковій періодизації історії; готовність використовувати періодизацію як спосіб пізнання історичного процесу.</p>	<p>писати наукові студентські роботи.</p>	
--	---	--

1.02	Здатність до формування світогляду, розуміння принципів розвитку суспільства.	<p><i>Знати:</i> історичні типи філософії, основні парадигми філософствування; основні галузі філософського знання (онтологія, гносеологія, логіка філософська антропологія, етика, естетика, соціальна філософія, тощо); основні форми буття і сутність діалектики; походження свідомості, форми і структура свідомості; шляхи пізнання світу, функціонування знання в сучасному інформаційному суспільстві особливості взаємозв'язку науки з сучасними соціальними і етичними проблемами; форми суспільної свідомості їх взаємозв'язок; умови формування особистості, її свободи, відповідальності за збереження життя, природи, культури.</p> <p><i>Вміти:</i> обґрунтовувати свою світоглядну та громадську позицію; застосовувати отримані знання при вирішенні професійних задач, при розробці соціальних і екологічних проектів, організація між людських відносин; науково аналізувати соціально-значущі проблеми і процеси, факти і явища суспільного життя; розуміти і об'єктивно оцінювати досягнення культури, пояснювати феномен культури і цивілізації; володіти методологією і методами пізнання, творчої діяльності; здатність до діалогу як засобу вирішення соціальних і етичних проблем досягнення консенсусу.</p>	Основи філософських знань (філософія, релігієзнавство)
1.03	Здатність оцінювати державно-правові події, явища, процеси, правові ситуації з позицій загальнолюдських та правових цінностей, висловлює особисте ціннісно-оцінне судження; усвідомлювати ціннісне значення права як регулятора суспільного життя; керуватися в своїй діяльності гуманістичною системою цінностей, з повагою ста-	<p><i>Знати:</i> загальні положення основних галузей права України; зміст конституційно-правової системи організації та функціонування в Україні органів державної влади та місцевого самоврядування, основи територіальної організації України; зміст суспільних відносин, які врегульовані відповідними галузями; зміст</p>	Основи правознавства

<p>вितися до прав, свобод та законних інтересів людини і громадянина, свідомо виконувати обов'язки; позитивно оцінювати діяльність інших осіб щодо захисту їх порушених прав і свобод.</p> <p><i>Когнітивна:</i> знання основних понять курсу «Основи правознавства», вміння їх визначати, використовувати для пояснення державно-правових подій, явищ, процесів; вміння отримувати правові знання з різних джерел: навчальної основної та допоміжної літератури, нормативно-правових актів; вміння викласти отриману правову інформацію в усній, письмовій та інших формах; вміння здійснювати логічні інтелектуальні операції з правовою інформацією: аналіз, порівняння, систематизацію, узагальнення, робити висновки. Здатність дотримуватися етичних та правових норм, що з урахуванням соціальної політики держави регулюють відносини людини з людиною, суспільством, навколишнім середовищем; розуміти державно-правові закономірності, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки та тенденції; брати участь у дискусіях на правову тематику та використовувати знання для обґрунтування особистої думки, позиції, наводити аргументи та контраргументи.</p> <p><i>Практично-поведінкова:</i> вміння використовувати правові теоретичні знання для виконання практичних завдань (складання таблиць, виконання проектів тощо), вирішення правових задач, проведення юридичного аналізу ситуації; вміння складати окремі правові документи; обирати модель поведінки, орієнтуючись на приписи чинного законодавства, реалізує їх для правової участі у суспільних, зокрема правових, відносинах; усвідомлення відповідальності за свою поведінку.</p>	<p>правових положень, які формують правовий статус людини і громадянина в державі; обсяг прав і свобод людини у сучасному суспільстві; зміст сучасних економічних правовідносин у державі; загальні процесуальні норми захисту прав та інтересів людини в сучасному суспільстві; основи парламентаризму; законодавчі акти у сфері туризму, форми функціонування туристичного підприємства з урахуванням нормативно-правових актів, що регламентують надання туристичних послуг.</p> <p><i>Вміти:</i> здійснювати правовий аналіз конкретних суспільних відносин та самостійно класифікувати їх відповідно до конкретної галузі права; самостійно розв'язувати практичні правові ситуації; самостійно розшукувати потрібні нормативно-правові документи для розв'язування юридичної проблеми; складати документи правового характеру; вільно користуватися нормативно-правовою базою у професійній діяльності; формувати власну точку зору з конституційно-правових проблем, здійснювати наукові дослідження.</p>	
--	--	--

1.04	<p>Здатність до письмової й усної комунікації на англійській мові, готовність до роботи в іншомовному середовищі; здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх мовних знань.</p>	<p><i>Знати:</i> лексику, необхідну для розуміння професійної англомовної усної та письмової інформації; лексичний мінімум ділових зустрічей, нарад; мовний етикет спілкування: мовні моделі звертання, ввічливості, вибачення, згоди тощо; методику і порядок презентації.</p> <p><i>Вміти:</i> читати та розуміти англомовну літературу професійного спрямування; перекладати її на рідну мову та навпаки; проводити усний обмін інформацією в процесі повсякденних контактів з метою отримання інформації, необхідної для вирішення певних завдань діяльності; будувати діалог за змістом тексту; робити записи, складати план тексту, письмове повідомлення, що відображає певний комунікативний намір; реалізувати комунікативні наміри на письмі; набути мовних вмінь на основі сформованих знань, оволодіти комунікативними навичками; продовжити створення бази для автономного й інструментального володіння іноземною мовою.</p>	<p>Іноземна мова (за професійним спрямуванням)</p>
1.05	<p>Здатність вести дискусію, використовувати відповідну термінологію та способи вираження думки в усній та письмовій формах рідною мовою.</p>	<p><i>Знати:</i> особливості стилів і жанрів сучасної української літературної мови; поняття «літературна мова», «мовна норма», основні умови ефективного мовленнєвого спілкування, як правильно читати і осмислювати прочитане, основні функції, рівні ділового спілкування, між особові стосунки, мову професії, термінологію свого фаху, основні правила українського правопису, синтаксичні аспекти професійного мовлення, призначення, кваліфікацію документів, вимоги до складання і оформлення різних видів документів та правила їх оформлення.</p>	<p>Українська мова (за професійним спрямуванням)</p>

		<p><i>Вміти:</i> володіти різними видами усного спілкування, готуватися до публічного виступу, знаходити в тексті і доречно використовувати в мовленні власне українську та іншомовну лексику, термінологічну лексику, користуватись словником іншомовних слів, термінологічними словниками та довідковою літературою, перекладати тексти українською мовою, використовуючи термінологічні двомовні словники електронні словники, правильно використовувати синтаксичні конструкції при складанні документів.</p>	
1.06	<p>Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів.</p>	<p><i>Знати:</i> основні поняття та твердження з лінійної та векторної алгебри, диференціального числення функцій однієї та багатьох змінних, інтегрального числення функції однієї та багатьох змінних, диференціальних рівнянь першого та другого порядків; володіти математичним апаратом для розв'язання задач, які виникають у професійній діяльності фахівця; використовуючи різні інформаційні джерела для пошуку процедур розв'язування типових задач (підручник, довідник, Інтернет ресурси). <i>Вміти:</i> використовувати математичні знання на практиці, застосовувати основні формули та робити обчислення з їх використанням, проводити математичний аналіз, досліджувати функції.</p>	<p>Вища математика</p>
1.07	<p>Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та вирішувати практичні проблеми у сфері екології, охорони довкілля і збалансованого природокористування, що передбачає застосування основних теорій та методів наук про довкілля, які характеризуються комплексністю</p>	<p><i>Знати:</i> об'єкт, предмет і методи сучасної екології, загальні закономірності розвитку та взаємодії системи "людина – суспільство – біота – довкілля", основні форми та особливості антропогенної дії на оточуюче природне середовище; природно-наукові та економічні основи раціонального</p>	<p>Екологія</p>

	та невизначеністю умов.	<p>природокористування, основні нормативні документи і закони України у сфері охорони навколишнього природного середовища та природокористування.</p> <p><i>Вміти:</i> застосовувати фундаментальні екологічні знання для оцінки еколого-економічного стану регіону, країни, ефективно користуватися екологічними довідниками, законодавчими та нормативними документами про охорону навколишнього природного середовища, оцінювати ефективність використання природних ресурсів на підприємстві, планувати й розробляти економічно обґрунтовані заходи з охорони довкілля та раціонального використання природних ресурсів, оцінювати рівень екологічної безпеки підприємства.</p>	
1.08	Здатність застосувати основні методи організації безпеки життєдіяльності людей, їх захисту від можливих наслідків аварій, катастроф, стихійних лих, інших ситуацій в туристичній діяльності.	<p><i>Знати:</i> загальні закономірності виникнення і розвитку небезпек, надзвичайних ситуацій, їх властивості, можливий вплив на життя і здоров'я людини; основні положення з організації охорони праці; складові частини біосфери – атмосфера, гідросфера, літосфера; основні екологічні поняття та терміни; основні екологічні закони; джерела забруднення довкілля; охоронні природні території та види рослин і тварин, які занесено до Червоної книги України; шляхи виходу з екологічної кризи.</p> <p><i>Вміти:</i> аналізувати і оцінювати потенційні небезпеки, визначати шляхи запобігання та усунення їх дії на людину, вміти розслідувати нещасні випадки на виробництві; оцінювати стійкість роботи об'єктів господарської діяльності, розробляти та впроваджувати систему заходів і засоби захисту працівників, населення та територій від</p>	Безпека життєдіяльності

		<p>наслідків природних та техногенних НС; характеризувати техногенний вплив на атмосферу; описати сучасну екологічну ситуацію у світі, регіонах, районах; обґрунтовувати наслідки аварії на ЧАЕС; порівнювати кругообіг речовин та потік енергії в біосфері; робити висновок про шляхи покращення екологічної ситуації.</p>	
1.09	<p>Здатність застосувати основні методи організації безпеки життєдіяльності людей, їх захисту від можливих наслідків аварій, катастроф, стихійних лих, інших ситуацій в діяльності підприємств.</p>	<p><i>Знати:</i> знання правових та організаційних основ охорони праці, державного управління охороною праці, державного нагляду та громадського контролю за охороною праці, основ фізіології та гігієни праці, профілактики травматизму та професійних захворювань, основ виробничої безпеки, пожежної профілактики на виробничих об'єктах. <i>Вміти:</i> ефективно використовувати положення нормативно-правових документів, володіння основними методами збереження здоров'я та працездатності виробничого персоналу, впроваджувати безпечні технології, обирати оптимальні умови та режими праці, проектувати та організовувати робочі місця на основі сучасних технологічних та наукових досягнень в галузі охорони праці.</p>	<p>Охорона праці та охорона праці в галузі</p>
1.10	<p>Здатність працювати з інформацією із використанням новітніх інформаційних технологій.</p>	<p><i>Знати:</i> основні поняття комп'ютерної обробки інформації, новітні методи її збереження і передачі; принципи побудови операційної системи комп'ютера, її характеристики, систему команд для роботи з файлами, каталогами і дисками в операційній системі MS-DOS, оболонці Norton Commander, FAR; процес використання текстового редактора Microsoft Word, табличного процесора Microsoft Excel, системи курування базами даних</p>	<p>Інформатика і комп'ютерна техніка та робоче місце фахівця</p>

		<p>Microsoft Access, програми PowerPoint; принцип застосування електронної пошти, локальної та глобальної мережі.</p> <p><i>Вміти:</i> вести облік та збереження документації, перевіряти правильність її оформлення; використовувати ПК, основні системні та прикладні програми для вирішення практичних завдань; виконувати елементарні операції в обслуговування ПК та його пристроїв за допомогою сервісних програм; засвоєння технологій роботи у мережі Internet; на основі знань про структуру ПК, загальних принципів функціонування основних принципів використовувати ПК, його периферійні пристрої, комп'ютерну техніку для вирішення практичних завдань; володіти навичками введення, обробки, збереження та виведення інформації; використовувати сучасні інформаційні технології, доводити інформацію до виконавців, тримати їх в курсі справ, зацікавлювати у вирішенні проблем; використовувати основні види інформаційних систем в маркетингу; володіти вміннями і навичками, необхідними для створення електронних документів різного рівня складності в різних програмах; застосовувати різні програмні додатки для оформлення та обробки будь якої інформації; працювати з операційною системою Windows, з текстовим редактором Microsoft Word табличним процесором Microsoft Excel, Access, PowerPoint.</p>	
1.11	<p>Здатність володіти основами законодавства про фізичну культуру і спорт, методами і засобами фізичного виховання для оптимізації працездатності та</p>	<p><i>Вміти:</i> формувати систему знань про оздоровчу фізичну культуру; формувати мотивацію од навчальної діяльності використовуючи різноманітні</p>	Фізичне виховання

	здорового способу життя.	<p>засоби і методи оздоровчого фізичної виховання; конкретизувати тематику і зміст різних форм занять фізичними вправами, відповідно до освітніх завдань і вікових особливостей студентів; сприяти розвитку фізичних і духовних здібностей людини, досягненню всебічної підготовленості студентів до творчої підготовки; формувати вольові якості в процесі оздоровчої фізичної культури; формувати основні якості самовиховання особистості в процесі оздоровчого фізичного виховання; організовувати процес оздоровчого фізичного виховання; вміти забезпечувати правила техніки безпеки під час занять оздоровчої фізичної культури, враховуючи вікові особливості контингенту; володіти навичками застосування знань під час виконання оздоровчими фізичними вправами; вдосконалити витривалість в процесі оздоровчого фізичного виховання; формувати навички дотримання здорового способу життя; зміцнювати здоров'я на основі використання сучасних методик вдосконалення фізичних якостей людини; вміти здійснювати оперативно-поточний контроль в процесі заняття оздоровчими фізичними вправами. Опанувати системою знань з фізичної культури та здорового способу життя, необхідних в процесі життєдіяльності, навчання, роботі, сімейному фізичному вихованні. Оволодівати системою практичних умінь і навичок занять головними видами і формами раціональної фізкультурної діяльності, забезпечення, зберігання і зміцнення здоров'я, розвитку й удосконалення психофізичних можливостей, якостей і властивостей особистості.</p>	
--	--------------------------	---	--

2. Цикл професійної підготовки

Вивчаючи дисципліни циклу, випускник повинен:

2.01	Здатність до оцінки та аналізу соціально-економічних процесів на мега-, макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях.	<p><i>Знати:</i> предмет та методи пізнання соціально-економічних процесів; зміст економічної діяльності суспільства, елементів суспільного виробництва, економічних систем та відносин власності; сутність проблеми економічного вибору, обмеженості ресурсів, потреб, закону і їх зростання; сутність ресурсів та факторів виробництва, відміни між ними; сутність та закони товарного виробництва, ринку, закономірності його функціонування; зміст, типи, види і форми конкуренції; закони грошового обігу, сутність, види, причини інфляції; сутність витрат виробництва, доходу, прибутку, механізму ринкового ціноутворення; сутність процесу відтворення в національній економіці, сукупного попиту та сукупної пропозиції, економічного зростання, циклічності розвитку ринкової економіки; особливості становлення ринкових відносин в Україні; сутність споживчої поведінки та раціонального споживчого вибору; особливості ринку праці, сутність безробіття та його види; основні риси та закономірності розвитку світового господарства, зовнішньоекономічних зв'язків.</p> <p><i>Вміти:</i> застосовувати методи економічного аналізу, мислити економічно, розуміти сутність та виявляти взаємозв'язок економічних явищ, законів, вміти давати оцінку події, що відбуваються в економічному житті суспільства, використовувати знання економічної теорії у процесі вивчення спеціальних економічних дисциплін.</p>	Політична економія
------	--	--	--------------------

<p>2.02</p>	<p>Здатність працювати в колективі, керувати людьми та підкорятися Використовуючи норми професійного етикету здатність вести усне спілкування з клієнтом та спілкування різними засобами зв'язку; здатність запобігати виникненню конфліктних ситуацій, приймати рішення з урахуванням їх морально-психологічних наслідків</p>	<p><i>Знати:</i> Види пізнавальних процесів, методи та критерії визначення їх рівня розвитку; нормативи показників рівня розвитку пізнавальних процесів ; прийоми підвищення ефективності пізнавальних процесів; види психологічних станів; фактори, що впливають на психічний стан особистості; методи корекції психічних станів; індивідуально-психологічні особливості особистості; мотивацію діяльності; чинники виникнення конфліктів та стилі поведінки в конфлікті, правила безконфліктної поведінки; прийоми саморегуляції і самоконтролю, розвитку вольових властивостей; фактори сприятливого психологічного клімату в колективі; основні закономірності процесу спілкування, правила і прийоми ефективного спілкування. елементи культури спілкування; ситуаційні особливості мовленнєвого етикету; етикет службових відносин; етикет ділових стосунків, етикет використання сучасної ділової техніки; як формувати власний та корпоративний імідж; особливості конструктивного вирішення проблемних та конфліктних ситуацій; способи запобігання конфліктів; вимоги та правила міжнародного етикету та стандарти обслуговування; етичні особливості національного спілкування. <i>Вміти:</i> оцінювати рівень розвитку власних пізнавальних процесів, відповідність показників та рівень розвитку пізнавальних процесів нормативам та професійним вимогам; розпізнавати психічні стани співрозмовників та застосовувати методи її корекції; контролювати власну поведінку;</p>	<p>Психологія та етика ділового спілкування</p>
-------------	--	--	---

		<p>формувати основу власних дій, корегувати цілі діяльності; підтримувати сприятливий психологічний клімат в колективі; враховувати психологічні властивості співрозмовників; вести усне спілкування з клієнтом та різними засобами зв'язку; підвищувати культуру обслуговування споживачів. дотримуватися вимог надання послуг відповідно до правил міжнародного етикету та стандартів обслуговування; створити власний імідж, дотримуватися ділового стилю та вдосконалювати його складові: зовнішній вигляд, манери та мовлення; володіти технікою ведення переговорів; вести усне спілкування з клієнтом та спілкування різними засобами зв'язку (вхідні і вихідні дзвінки, переадресація дзвінків, режим очікування); приймати і відправляти факси; запобігати виникненню конфліктних ситуацій; приймати рішення з урахуванням їх морально-психологічних наслідків; планувати та організовувати свою діяльність та знаходити форми постійного професійного і ділового самовдосконалення</p>	
2.03	<p>Формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів та послуг на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємства.</p>	<p><i>Знати:</i> сутність та розвиток маркетингової концепції; моделі маркетингової діяльності; нормативно-правову базу маркетингової діяльності в Україні; концепцію маркетингової інформаційної системи; задачі та напрямки комплексного дослідження ринку; сутність маркетингової товарної політики; значення маркетингової цінової політики: цілі, фактори, що впливають на неї; цінові стратегії; методи ціноутворення; зміст маркетингової збутової політики: канали розподілу товарів; форми організації торгівлі; основи</p>	Маркетинг

		<p>збутової логістики; формування системи маркетингових комунікацій підприємства.</p> <p><i>Вміти:</i> формулювати сутність маркетингу й усвідомлювати його роль в економіці; з'ясувати зміст маркетингової діяльності на підприємстві на основі вивчення моделі цієї діяльності; орієнтуватися у нормативно-законодавчій базі, що регламентує маркетингову діяльність в Україні; використовувати основні складові маркетингової інформаційної системи, визначати етапи та зміст етапів маркетингового дослідження; аналізувати процес прийняття споживачем рішення про купівлю товарів на споживчому ринку та ринку організацій-споживачів; визначати ринкові можливості підприємства місткість ринку і проаналізувати його кон'юнктуру; застосовувати та впроваджувати елементи товарної політики підприємства; аналізувати фактори, що впливають на цінову політику підприємства; розуміти сутність різних цінових стратегій; обирати різні види каналів розподілу, визначати їхні параметри; характеризувати складові системи маркетингових комунікацій підприємств, обирати з-поміж них найбільш раціональну; застосовувати провідні методи стратегічного планування і планування маркетингу в діяльності підприємства.</p>	
2.04	<p>здатність формувати та підтримувати довготривалі та доброзичливі стосунки з цільовою аудиторією та іншими суб'єктами ринку; попереджувати та запобігати появу можливих бар'єрів при реалізації товарної політики; запобігати виникненню конфліктних ситуацій в процесі</p>	<p><i>Знати:</i> місце товарної політики підприємства у системі маркетингу; розуміти маркетингову сутність товару; розуміти зміст і складові маркетингової підтримки товару та формування товарної політики на підприємстві; знати основну термінологію, яка супроводжує маркетингову діяльність в</p>	Маркетингова товарна політика

	<p>здійснення маркетингової товарної політики; створювати доброзичливий клімат всередині організації та в зовнішньому середовищі; своєчасно реагувати на труднощі, що виникають у підлеглого персоналу, та допомагати подолати; постійно розширювати охоплення середовища щодо встановлення контактів з представниками ЗМІ, органами місцевої влади; управляти потоками інформації між підрозділами фірми для створення несуперечливих повідомлень для контактних аудиторій.</p> <p>постійно підвищувати свою кваліфікацію в області маркетингової товарної політики; приймати рішення при виникненні непередбачуваних ситуацій та втілювати свої рішення; освоювати та втілювати в практику нові методи оцінки якості та конкурентоспроможності товарів та послуг; постійно досліджувати нову літературу з маркетингової товарної політики, обирати більш прийнятні з методичних наукових розробок в практику формування системи теоретичних знань та практичних навичок про методи і процеси маркетингового планування продукту, головні методологічні та організаційно-економічні принципи оптимізації товарної політики, розроблення товарів та послуг ринкової новизни.</p>	<p>сучасних умовах в Україні, виходячи з діючих законодавчих і нормативних актів; знати основні поняття та визначення якості товарів і послуг, показники та методи оцінки якості товарів і послуг; розуміти місце й роль ціни в системі ринкових характеристик товару та у процесі формування товарної політики підприємства; знати послідовність планування товарного асортименту та номенклатури; знати особливості основних етапів планування й організації створення нового продукту в аспекті розвитку та вдосконалення товарної політики підприємства; 6 знати основні принципи та теорії формування попиту на ринку окремого товару; розуміти призначення та знати види ідентифікування продукції як ефективного інструменту формування позитивного іміджу підприємства і товару.</p> <p><i>Вміти:</i> використовувати сучасні методи вибору цільового ринку товару; здійснювати оцінювання конкурентоспроможності товару та аналізувати найбільш реальні шляхи її підвищення; використовувати сучасні методи ціноутворення для створення і підтримки оптимальної структури цін щодо часу, товарів та ринків; вміти здійснювати оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів, розробляти концепцію нових товарів; використовувати інструментарій тотального менеджменту якості з метою оцінки рівня якості продукції; застосовувати показники і методи оцінювання товарної номенклатури й асортименту з метою формування ефективної товарної політики; формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної політики підприємства, використовуючи</p>	
--	--	--	--

		<p>сучасні прийоми й методи стратегічного планування; запропонувати альтернативні рішення щодо ідентифікації торгової марки. вміти обирати найбільш важливу інформацію для проведення оцінки рівня якості та конкурентоспроможності товарів та послуг; використовувати стратегічний підхід до планування товарного асортименту та номенклатури; використовувати сучасні методики розрахунку місткості ринку та вибору цільового ринку товару; вибрати найбільш ефективний метод обліку реалізованих товарів; управляти системою товарних марок; вибрати найбільш прийнятну упаковку для свого товару; оцінити ефективність випуску нової продукції; вміти розробляти та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної політики підприємства</p>	
2.05	<p>Здатність застосовувати сучасні підходи до визначення змістовних складових логістичних систем Здатність виділяти види та напрямки матеріальних та нематеріальних потоків та їх роль в логістичній системі Здатність формувати логістичні ланцюги постачання Здатність будувати логістичні ланцюги у внутрішньому середовищі організації Здатність будувати логістичні ланцюги дистрибуції Здатність обирати оптимальний варіант транспортного забезпечення функціонування логістичної системи</p>	<p><i>Знати:</i> понятійний апарат логістики; основні функції, принципи і концепції логістики; практичне використання логістики та основні напрями її дослідження; логістичну стратегію в області товароруху товарів; ієрархію використання логістичної інформаційної системи. <i>Вміти:</i> оцінювати вплив логістичних рішень на економічну ефективність діяльності підприємства; оптимізувати загальні витрати підприємства; розробляти логістичну місію підприємства; обґрунтовувати вибір логістичних концепцій; оцінювати економічну ефективність та обґрунтовувати вибір систем доставки матеріальних ресурсів; обґрунтовувати вибір форм товаропостачання; моделювати оптимальний маршрут доставки</p>	Логістика

		<p>матеріальних ресурсів; оцінювати економічну ефективність логістичного управління; розробляти стратегію логістичного обслуговування споживачів; оцінювати ефективність логістичного сервісу; розробляти заходи щодо підвищення рівня логістичного сервісу.</p>	
2.06	<p>здатність самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності на рівні підприємств.</p>	<p><i>Знати:</i> Як в рамках кожного окремо взятого підприємства використовуються конкретні форма прояву господарські діяльності підприємства економічних законів і закономірності функціонування та розвитку суспільного виробництва; Необхідну сукупність теоретичних та практичних знань з ринкової економіки на сучасному етапі її розвитку в Україні; Теорію та практику господарювання, формування та використання виробничого потенціалу, матеріальних, трудових ресурсів. <i>Вміти:</i> Аналізувати результати господарської діяльності підприємства; Формувати шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства; усвідомити важливість світового досвіду економічної діяльності підприємств розвинутих країні; здобути знання про найважливіші чинники і критерії, які враховуються на різних стадіях життєвого циклу підприємства. працювати з науковою літературою; обґрунтовувати прийняті рішення; вирішувати як абстрактні так і конкретні, реальні проблемні ситуації підприємств; вільного володіння понятійним апаратом; оперування термінологією під час виконання навчальних завдань та виступів на семінарах, конференціях тощо; оцінювати ефективність діяльності підприємства; здійснювати</p>	Економіка підприємств

		поточне планування та оперативне управління реалізацією запропонованих заходів.	
2.07	здатність використовувати знання з теорії та практики ведення бухгалтерського обліку на підприємствах	<p><i>Знати:</i> предмет і метод бухгалтерського обліку; будову, структуру та зміст балансу; рахунки бухгалтерського обліку та подвійний запис; зміст, структуру та класифікацію документів; облікові реєстри та форми бухгалтерського обліку; основні Стандарти бухгалтерського обліку та нормативну базу, що регулює облікові питання; облік грошових коштів і розрахункових операцій; облік праці та її оплата; облік оборотних та необоротних активів; облік витрат діяльності, фінансових результатів та прибутку; фінансову та податкову звітність</p> <p><i>Вміти:</i> застосовувати нормативну базу з облікових питань до вирішення практичних завдань; відкривати облікові реєстри синтетичного та аналітичного обліку; здійснювати розрахунок і утримання із заробітної плати; здійснювати бухгалтерський облік активів і пасивів підприємства; здійснювати розрахунок фінансового результату діяльності підприємства; складати основні форми бухгалтерської та фінансової звітності.</p>	Бухгалтерський облік
2.08	Здатність застосовувати методи та прийоми статистичних досліджень і практичні навички збирання, обробки та аналізу інформації про соціально-економічні явища і процеси; принципи організації статистичних спостережень, методик розрахунків показників статистичного аналізу соціально-економічних явищ і процесів	<p><i>Знати:</i> основи статистичного спостереження як способу формування інформаційної бази для дослідження та прийняття управлінських рішень; методичні підходи до узагальнення та оброблення статистичних даних; методології і методики екстенсивного та інтенсивного статистичного аналізу соціально-економічних явищ і процесів; методику прогнозування та статистичного моделювання соціально-економічних</p>	Статистика

		<p>параметрів <i>Вміти:</i> застосовувати методи статистичного спостереження для формування масиву первинних даних для статистичного дослідження; здійснювати оброблення первинних даних з метою одержання узагальнюючих показників, рядів розподілу, відносних, середніх величин, показників варіації тощо; виконувати необхідні аналітичні розрахунки із застосуванням комп'ютерної техніки у відповідності із метою статистичного дослідження, наявною вихідною статистичною інформацією; здійснювати статистичний аналіз фінансово-господарської діяльності, рівня соціально-економічного розвитку регіону, економічну інтерпретацію одержаних результатів, робити обґрунтовані висновки та прогнозні розрахунки</p>	
2.09	<p>Здатність використовувати кожний етап процесу маркетингового дослідження, методи і інструментарій прийняття прогнозних рішень, орієнтуватися на інформаційній базі маркетингових досліджень, вміти вибирати джерела, збирати, оцінювати і опрацьовувати необхідну інформацію та робити певні звіти з висновками про отримані результати вибіркового спостережень.</p>	<p><i>Знати:</i> Суть, роль, мета і завдання маркетингових досліджень. Алгоритм процесу маркетингового дослідження. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень. Маркетингова інформаційна система та її формування. Поняття місткості ринків. Ринкове агрегування та сегментування, їх використання при дослідженні цільових ринків. Розрахунок місткості ринку. Сегментація ринку як вихідний момент диференційованого маркетингу. Організація проведення вибіркового спостережень. Кількісна та якісна репрезентативність вибірки. Оцінка надійності результатів вибіркового спостережень. Аналіз ступеня конкуренції товарного ринку. Показники ринкової конкуренції. Ключові компетенції фірми. Підходи до вивчення поведінки</p>	Маркетингові дослідження

		<p>споживачів. Моделі поведінки споживачів. Маркетинговий аналіз стану фірми за елементами комплексу маркетингу та функціями маркетингових досліджень. Презентація результатів маркетингових досліджень.</p> <p><i>Вміти:</i> визначати мету проведення маркетингових досліджень; розробляти пошукові питання та гіпотези відповідей; скласти план проведення конкретного дослідження; розробити інструкції для інтерв'юєрів; провести вибіркове дослідження; зібрати, обробити та проаналізувати одержану інформацію і з'ясувати її значущість; розробити рекомендації, щодо прийняття відповідних рішень та провести презентацію результатів проведення маркетингових досліджень.</p>	
2.10	<p>здатність використовувати системи теоретичних знань і практичних навичок з організації, проведення і управління маркетинговою комунікаційною діяльністю на підприємствах.</p> <p>здатність формувати та підтримувати довготривалі та доброзичливі стосунки з цільовою аудиторією та іншими суб'єктами ринку;</p> <p>попереджувати та запобігати появу можливих бар'єрів при проведенні маркетингових комунікацій; запобігати виникненню конфліктних ситуацій в процесі здійснення маркетингових комунікацій; створювати доброзичливий клімат всередині організації та в зовнішньому середовищі; своєчасно реагувати на труднощі, що виникають у підлеглому персоналу, та допомагати подолати; постійно розширювати охоплення</p>	<p><i>Знати:</i> місце комунікаційних зв'язків у системі маркетингу; розуміти зміст маркетингової комунікації, системи маркетингових комунікацій, комунікаційної політики; знати особливості засобів впливу в комплексі комунікацій; розуміти зміст процесу комунікації; пояснити модель процесу передачі інформації при здійсненні комунікації; охарактеризувати фактори, що визначають структуру комплексу стимулювання просування товару; знати сутність і роль реклами у системі маркетингової комунікації; розрізняти види реклами та функції, які вони виконують; розуміти особливості планування рекламної діяльності; відрізняти характерні особливості кожного етапу планування реклами; знати зміст "Паблік Рилейшнз" (PR); розуміти методи організації PR; знати послідовність планування</p>	Маркетингова комунікаційна політика

	<p>середовища щодо встановлення контактів з представниками ЗМІ, органами місцевої влади; управляти потоками інформації між підрозділами фірми для створення несуперечливих повідомлень для контактних аудиторій.</p>	<p>процесу комунікації; знати особливості каналів особистої і неособистої комунікації; знати загальні та відмінні риси різноманітних засобів комунікації і вміти обрати найбільш ефективний засіб; знати сфери використання реклами; знати вимоги до бюджету щодо проведення рекламної кампанії; знати особливості ЗМІ; знати значення упаковки в системі комунікацій; знати загальні ознаки засобів масової комунікації; знати загальні критерії формування комплексу маркетингової комунікації; знати особливості різноманітних каналів розповсюдження інформації; розуміти сутність інтегрованих маркетингових комунікацій; розуміти сутність спонсорювання та меценатства; знати особливості психологічного впливу реклами на людину. <i>Вміти:</i> використовувати функції реклами для впливу на потенційних покупців, сприяння збуту, регулюючого впливу на ринок; сприяти швидкій реакції потенційного покупця на запобіжну рекламу; встановити діалог із конкретним покупцем за допомогою інтерактивної реклами; сприяти відтворенню клімату довіри між фірмою та громадськістю за допомогою престижної реклами; розробити ідею рекламного звернення; вибрати канал розповсюдження рекламного звернення; 6 оцінити середовище, виробити мету підприємства для постанови мети ПР; вміти скласти звернення до цільової аудиторії; вміти встановити ступінь поінформованості аудиторії про товар; вміти використовувати різноманітні засоби переконання цільової аудиторії в необхідності купівлі; виявити впливових осіб у складі цільової аудиторії і</p>	
--	--	---	--

		<p>встановити з ними зв'язок; виявити лідерів для формування думки громадськості і вступити з ними в контакт; організувати і провести опитування, зібрати та обробити необхідні статистичні дані для аналізу впливу на контактну аудиторію; розробити структуру комплексу засобів стимулювання; грамотно скласти рекламне звернення з урахуванням суб'єкта рекламної діяльності; підготувати до публікації редакційні матеріали про діяльність фірми; провести обстеження ринку і засобів збуту, конкурентів, покупців, виходячи з цілей рекламної кампанії; розробити бюджет здійснення рекламної кампанії; організувати і провести тестування потенційних покупців для виявлення впливу реклами; розробити бюджет на здійснення PR; здійснювати моніторинг ЗМІ; скласти план і організувати проведення інтегрованих комунікацій; організувати розробку бренду підприємства або товару; ефективно розподілити кошти за різними засобами маркетингових комунікацій; використовувати особливості здійснення прямого маркетингу; організувати ефективні маркетингові комунікації.</p>	
2.11	<p>здатність застосовувати системи теоретичних знань і практичних навичок з розроблення, організації, проведення і управління маркетинговою ціновою діяльністю на підприємствах.</p>	<p><i>Знати:</i> концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи сучасні досягнення теорії ціноутворення; тлумачити, пояснювати та давати оцінку впливу правових норм, в тому числі податкового законодавства на встановлення цін. <i>Вміти:</i> уміння розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у процесі ціноутворення, зокрема щодо формулювання цілей ціноутворення, ефективного формування цінової стратегії,</p>	<p>Маркетингова цінова політика</p>

		визначення суми доходів/втрат від здійснення операцій, прогнозування напрямку руху цін тощо; організувати та управляти ціновою політикою на підприємстві; обґрунтувати напрями змін у ціновій політиці підприємства відповідно до умов, що змінюються, на основі знання, розуміння та володіння відповідними інструментами аналізу та прогнозування.	
2.12	<p>Здатність створювати віртуальне середовище для підприємства на електронному ринку</p> <p>Використовувати платіжні та фінансові системи в мережі Інтернет для розрахунків</p> <p>Визначати пріоритетні напрями розвитку електронного ринку</p> <p>Застосовувати маркетингові інструменти електронної комерції</p> <p>Визначати роль засобів електронної комерції у роботі сучасного підприємства</p>	<p><i>Знати:</i> поняття «електронного бізнесу» і «електронної комерції»; особливостей бізнес-моделей електронної комерції; платіжних та фінансових систем Інтернету; класифікації і загальних характеристик електронних систем взаєморозрахунків; українських систем електронних платежів; методології та технології реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет; особливостей і переваг Інтернет-маркетингу; елементів електронного ринку; особливостей віртуальних підприємств; тактичних прийомів електронної комерції;</p> <p><i>Вміти:</i> використовувати сучасні мережні інформаційні продукти; здійснювати організацію зв'язків підприємства у мережі; застосовувати методи ціноутворення в електронній комерції; здійснювати побудову нейронних мереж різної структури і складності; розробляти рекламні кампанії в мережі; використовувати методи реалізації банерної реклами; розробляти концептуальні положення з організації віртуального представництва підприємства у мережі; проводити детальний аналіз витрат на розробку віртуального представництва підприємства; обґрунтувати доцільність розробки проекту на підставі оцінки та аналізу прибутковості та економічного ефекту від</p>	Електронна комерція

		<p>проекту; використовувати платіжні системи для розрахунків через Інтернет; створювати багатофункціональні Web-сайти для здійснення комерційної діяльності в мережі Інтернет; виконувати ділові операції та угоди з використанням сучасних електронних засобів та прикладних програм побудови систем комерційної діяльності в мережі Інтернет.</p>	
2.13	<p>формування системи науково-теоретичних і практичних знань та навичок про методи дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форми і методи роботи посередників у каналах, методологічні та методичні питання вибору і ведення політики розподілення в умовах конкуренції.</p>	<p><i>Знати:</i> теоретико-методичні основи формування, вибору і ведення на маркетингових засадах політики розподілу різних суб'єктів господарювання; <i>Вміти:</i> обґрунтовано оцінювати і вибирати найефективніші канали розподілу враховуючи стан економічного розвитку і специфіку діяльності суб'єкта господарювання; формувати ефективну маркетингову політику розподілу підприємства; самостійно досліджувати, створювати канали розподілу, аналізувати форми і методи роботи посередників у каналах; застосовувати маркетингові інструменти при формуванні системи товароруку і механізмів використання каналів розподілу; визначати оптимальний рівень витрат у процесі товарного руху; ефективно управляти та обґрунтовано застосовувати необхідні напрямки удосконалення системи товароруку; здійснювати оптимальний вибір структури і форми каналу розподілу на основі визначених критеріїв; аналізувати процеси організації оптових закупівель; організовувати процес товаропостачання в роздрібній торгівлі; визначати стратегії маркетингових каналів при формуванні маркетингової політики розподілу.</p>	<p>Маркетингова політика розподілу</p>
2.14	<p>формування системи</p>	<p><i>Знати:</i> теоретичні основи</p>	<p>Інформаційні</p>

	теоретичних знань і практичних навичок щодо використання методичного апарату та інструментарію інформаційних систем та технологій для управління маркетингом на підприємстві	застосування новітніх інформаційних систем та технологій в управлінні маркетингом на підприємстві; <i>Вміти:</i> визначати потребу у програмних засобах для вирішення маркетингових задач; застосовувати прикладне програмне забезпечення, яке використовується більшістю вітчизняних та закордонних підприємств для збору та аналізу первинної маркетингової інформації, створення графічного рекламного продукту та прийняття рішень в області управління маркетингом на підприємстві; застосовувати навички захисту конфіденційної інформації від конкурентів.	системи і технології в маркетинговій діяльності
2.15	ознайомлення студентів із загальними засадами і проблемами маркетингової діяльності, основами майбутньої професії, завданнями і функціями маркетингу вітчизняних підприємств.	<i>Знати:</i> знання сутності та змісту сучасних концепцій маркетингу, теоретичних та практичних засад маркетингової діяльності; <i>Вміти:</i> розв'язувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у маркетинговій діяльності, що передбачає застосування сучасних методів аналізу і оцінки, зокрема щодо: розроблення та проведення заходів з вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства; планування та проведення відповідних видів ринкових досліджень; аналізу та розроблення фірмового стилю підприємств та установ; самостійно ініціювати аналіз маркетингової діяльності підприємства, розроблення маркетингових програм та бізнес-планів, пошук нових напрямів діяльності для існуючих підприємств на національному ринку.	Навчальна практика з Маркетингової діяльності
2.16	Здатність використовувати теоретико-методологічний інструментарій під час проведення досліджень	<i>Знати:</i> суть, роль, мета і завдання маркетингових досліджень. Алгоритм процесу маркетингового дослідження. Інформаційне забезпечення	Навчальна практика з маркетингових досліджень

		<p>маркетингових досліджень. Маркетингова інформаційна система та її формування. Поняття місткості ринків. Ринкове агрегування та сегментування, їх використання при дослідженні цільових ринків. Розрахунок місткості ринку. Сегментація ринку як вихідний момент диференційованого маркетингу. Організація проведення вибіркових спостережень. Кількісна та якісна репрезентативність вибірки. Оцінка надійності результатів вибіркових спостережень. Аналіз ступеня конкуренції товарного ринку. Показники ринкової конкуренції. Ключові компетенції фірми. Підходи до вивчення поведінки споживачів. Моделі поведінки споживачів. Маркетинговий аналіз стану фірми за елементами комплексу маркетингу та функціями маркетингових досліджень . Презентація результатів маркетингових досліджень.</p> <p><i>Вміти:</i> Розробити спеціалізовану анкету. Провести анкетне опитування. Отримати інформацію про існуючих і потенційних споживачів. Описати вибіркову сукупність. Провести сегментацію ринку споживачів. Охарактеризувати сегменти ринку. Виділити найпривабливіший цільовий сегмент з точки зору таких критеріїв, як чисельність потенційних споживачів сегменту (необхідно розрахувати цільовий сегмент), стійкість сегменту і ринкові можливості підприємства щодо роботи з даним сегментом. Для кожного цільового сегменту визначати споживчі переваги якими керуються споживачі при покупці товару. Визначати які стратегії позиціонування використовує фірма-виробник.</p>	
--	--	--	--

2.17	<p>Здатність працювати з інформацією із використанням новітніх інформаційних технологій.</p> <p>формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо використання методичного апарату та інструментарію інформаційних систем та технологій для управління маркетингом на підприємстві</p>	<p><i>Знати:</i> основні поняття комп'ютерної обробки інформації, новітні методи її збереження і передачі; принципи побудови операційної системи комп'ютера, її характеристики, систему команд для роботи з файлами, каталогами і дисками в операційній системі MS-DOS, оболонці Norton Commander, FAR; процес використання текстового редактора Microsoft Word, табличного процесора Microsoft Excel, системи курування базами даних Microsoft Access, програми PowerPoint; принцип застосування електронної пошти, локальної та глобальної мережі.</p> <p><i>Вміти:</i> вести облік та збереження документації, перевіряти правильність її оформлення; використовувати ПК, основні системні та прикладні програми для вирішення практичних завдань; виконувати елементарні операції в обслуговування ПК та його пристроїв за допомогою сервісних програм; засвоєння технологій роботи у мережі Internet; на основі знань про структуру ПК, загальних принципів функціонування основних принципів використовувати ПК, його периферійні пристрої, комп'ютерну техніку для вирішення практичних завдань; володіти навичками введення, обробки, збереження та виведення інформації; використовувати сучасні інформаційні технології, доводити інформацію до виконавців, тримати їх в курсі справ, зацікавлювати у вирішенні проблем; використовувати основні види інформаційних систем в маркетингу; володіти вміннями і навичками, необхідними для створення електронних документів різного</p>	комп'ютерний практикум
------	---	--	------------------------

		<p>рівня складності в різних програмах; застосовувати різні програмні додатки для оформлення та обробки будь якої інформації; працювати з операційною системою Windows, з текстовим редактором Microsoft Word табличним процесором Microsoft Excel, Access, PowerPoint. визначати потребу у програмних засобах для вирішення маркетингових задач; застосовувати прикладне програмне забезпечення, яке використовується більшістю вітчизняних та закордонних підприємств для збору та аналізу первинної маркетингової інформації, створення графічного рекламного продукту та прийняття рішень в області управління маркетингом на підприємстві; використовувати навички захисту конфіденційної інформації від конкурентів.</p>	
2.18	<p>Здатність самостійно приймати рішення на конкретній ділянці роботи в умовах реальних наукових досліджень та виробництв, виконувати різноманітні обов'язки, притаманні їх наступній професійній та організаційно-керівній діяльності.</p>	<p>Поглиблення і закріплення теоретичних знань, отриманих в процесі навчання, придбання необхідних професійних навичок роботи на підприємствах і установах.</p>	<p>Переддипломна практика</p>