

ЗАТВЕРДЖЕНО
вченою радою
Національного аерокосмічного
університету ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
Голова вченої ради _____
«20» березня 2019 р., протокол № 9



ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

(зі змінами відповідно до Стандарту МОН
(наказ МОН № 1343 від 05.12.2018 р.))

Маркетинг

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: **бакалавр маркетингу**

за освітньою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»

Освітня програма зі змінами
вводиться в дію
з «01» вересня 2019 р.

Ректор Національного
аерокосмічного університету
ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний
інститут» _____

Харків 2019 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» з підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти розроблена робочою групою у складі:

а) проектна група:

- | | | | |
|---|---------------------------|------------------------------|--|
| 1 | Гарант освітньої програми | Доронін Андрій Віталійович | – завідувач кафедри економіки та маркетингу, д-р економ. наук, професор по кафедрі менеджменту |
| 2 | Члени проектної групи: | Голованова Майя Анатоліївна. | – доцент кафедри економіки та маркетингу, канд. техн. наук, доцент по кафедрі економіки та маркетингу, член правління Української асоціації маркетингу |
| 3 | | Мельніков Сергій Михайлович | – канд. економ. наук, доцент, кафедра економіки та маркетингу |

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (за наявності):

- | | | |
|---|----------------------------|---|
| 1 | Синаюк Олег Юрьевич | Маркетингове агенство «New Image Marketing Group», директор |
| 2 | Лагоша Галина Владимировна | ТОВ «Арті» м, Харків, начальник відділу маркетингу |

Ця освітня програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

ВСТУП

Відповідно до ст. 1 «Основні терміни та їх визначення» Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами) освітня програма – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

- акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю;
- розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;
- розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітня програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами), Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341 і встановлює:

- обсяг та термін навчання бакалаврів;
- загальні компетентності;
- фахові компетентності;
- програмні результати навчання;
- перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми;
- вимоги до структури навчальних дисциплін.

Освітня програма використовується для:

- складання навчальних планів та робочих навчальних планів;
- формування індивідуальних планів студентів;
- формування робочих програм навчальних дисциплін, практик;
- визначення інформаційної бази для формування засобів діагностики;
- акредитації освітньої програми;
- внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки фахівців;
- атестації бакалаврів за освітньою програмою зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі вищої освіти, які навчаються у Національному аерокосмічному університеті ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»;
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою зі спеціальності 075 «Маркетинг» у Національному

аерокосмічному університеті ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»;

– екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг» Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»;

– приймальна комісія Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут».

Освітня програма поширюється на кафедри Університету, залучені для підготовки фахівців ступеня бакалавр за освітньою програмою зі спеціальності 075 «Маркетинг».

1 НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів і рекомендацій:

1.1 Закон України «Про вищу освіту». № 1556-УІІ від 01.07.2014 (зі змінами).

1.2 Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341.

1.3 Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 № 266.

1.4 Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12.08.2015 р. № 579.

1.5 Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. № 327 (зі змінами).

1.6 Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України протокол від 29.03.2016 № 3

1.7 Положення «Про організацію освітнього процесу» СУЯ ХАІ-НОВ-П/005:2016 Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», затверджене вченою радою університету від 18.05.2016 р протокол № 10.

1.8 A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. -Bilbao, Groningen and The Hague, 2010.

1.9 A TUNING-AHELO conceptual framework of expected/desired learning outcomes in engineering. OECD Education Working Papers, No. 60, OECD Publishing 2011. <http://dx.doi.org/10.1787/5kghtchn8mbn-en>

1.10 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.

1.11 Наказ МОН України «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266» від 06.11.2015 № 1151.

1.12 Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009:2010. – Чинний від 01.01.2012. – (Національний класифікатор України).

1.13 Класифікатор професій: ДК 003:2010. – Чинний від 01.11.2010. – (Національний класифікатор України).

1.14 Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / Авт.-уклад.: В.М. Захарченко, С.А. Калашнікова, В.І. Луговий, А.В. Ставицький, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред.. В.Г. Кременя. – К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. – 100 с.

1.15 Стандарт вищої освіти України: перший бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Затверджено Наказ МОН № 1343 від 05.12.18: офіц. видання. Київ: Міністерство освіти та науки України, 2018. 14 с.

2 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Харківський аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», кафедра економіки та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – бакалавр. Кваліфікація – бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат НД-П №214028, виданий 08.12.2010р. на підставі наказу МОН України від 09.07.2009р. № 2673-л Період акредитації: до 01 липня 2019 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова(и) викладання	Мовою викладання є державна мова. З метою створення умов для міжнародної академічної мобільності може бути прийнято рішення про викладання однієї чи декількох дисциплін англійською та/або іншими іноземними мовами, забезпечивши при цьому знання здобувачами відповідної дисципліни державною мовою
Термін дії освітньої програми	До введення в дію нової освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://faculty6.khai.edu/uk/site/kafedra-ekonomiki-ta-mark.html та https://khai.edu.ua/university/universitet-sogodni2/osvitnij-proces/osvitni-programi-i-komponenti/osvitni-programi-bakalavriv/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного впровадження принципів маркетингової діяльності, і здатні вирішувати управлінські та дослідні завдання.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 «Управління та адміністрування» 075 – Маркетинг Освітня програма підготовки бакалавра передбачає: Загальний обсяг обов'язкових компонентів – 179,5 кред. (74,8%); Загальний обсяг вибіркових компонентів – 60,5 кред. (25,2 %)
Предметна область	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Мета 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	Освітня програма першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» передбачає оволодіння: - парадигмами, законами, закономірностями, принципами, історичними передумовами розвитку маркетингу; - аналітичними та організаційним навичками для здійснення ефективної економічної та маркетингової діяльності у відповідності до тенденцій соціально-економічного розвитку України; - методами реалізації та оцінки економічної діяльності (методами прогнозування і планування маркетингової діяльності; методами організації планування та контролю при здійсненні маркетингової діяльності; методами аналізу здійснення економічної та маркетингової діяльності, тощо); - системним мисленням та активним діловим спілкуванням.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта у сфері маркетингу. Освітня програма «Маркетинг» зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасного інструментарію маркетингових досліджень, на основі оволодіння цифровими маркетинговими технологіями бізнес-середовища та використання маркетингу в управлінні підприємствами.
Особливості програми	зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасного інструментарію маркетингових досліджень, на основі оволодіння цифровими маркетинговими технологіями бізнес-середовища та використання маркетингу в управлінні підприємствами, зокрема з орієнтацією на специфіку підприємств авіаційної галузі та Стратегію формування ІТ-кластера у Харківській обл.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр маркетингу здатний виконувати роботу фахівця за Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010. 3415 Технічні та торговельні представники: - Агент - Агент комерційний - Агент торговельний - Комівояжер - Мерчендайзер - Представник торговельний

	Торговець (інженерні розробки) Торговець комерційний Торговець промисловий Торговець технічний Інспектор торговельний Інспектор-товарознавець Організатор з постачання Організатор із збуту Товарознавець 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів Торговельний брокер (маклер) 3429 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери Агент рекламний Представник з реклами
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти (FQ-EHEA – другий цикл, QF-LLL – 7 рівень, НРК – 8 рівень). Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиткові, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання,
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тестовий контроль, презентації робіт, захист лабораторних, розрахункових робіт, курсових робіт, заліки, екзамени, (модульний) контроль, захист кваліфікаційної роботи бакалавра та її захист. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно, зараховано/не зараховано); 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX,).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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 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. ЗК15. Здатність спілкуватися рідною мовою як усно, так і письмово ЗК16. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. ЗК17. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК18. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
Фахові (спеціальні) компетентності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

	ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. ФК15. Здатність виявляти закономірності функціонування сучасної економіки на мікро- та макрорівні. ФК16. Розуміння основних особливостей провідних наукових шкіл та напрямів економічної науки. ФК17. Здатність застосовувати економіко-математичні-моделі для вирішення економічних завдань. ФК18. Розуміння основних особливостей сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави. ФК19. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері регулювання економічних та соціально-трудових відносин. ФК20. Навички використання сучасних джерел економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних маркетингових звітів.
7 - Програмні результати навчання	
	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

	ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН15. 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. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН18. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері маркетингової діяльності. ПРН19. Знати та використовувати економічну термінологію, пояснювати базові концепції мікро- та макроекономіки ПРН20. Знати та використовувати маркетингову термінологію, пояснювати класичні та сучасні концепції маркетингу ПРН21. Розуміти та планувати можливості особистого професійного розвитку. ПРН22. Демонструвати знання теорії методів і функцій менеджменту сучасних концепцій лідерства.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні. Науково-педагогічні працівники, задіяні у викладанні професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та/або вчене звання та відповідають ліцензійним вимогам. Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187, додаток 8 зі змінами ; Постанова Кабінету Міністрів України від 10.05.2018 № 347)
Матеріально-технічне забезпечення	- 8 навчальних корпусів; - 10 гуртожитків; - спеціалізовані лабораторії; - комп'ютерні класи;

	- пункти харчування(фабрика-кухня і буфети у навч. корп.); - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - мультимедійне обладнання; - спортивний зал, критий стадіон (манеж), 25 метр. басейн для плавання, спортивні майданчики; - профілакторій «Авіатор», база відпочинку «Пролісок» та ін. Відповідає матеріально-технічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187, додаток. Навчання здійснюється у навчальних лабораторіях, комп'ютерних класах: комп'ютерні лабораторії (501 ім.к., 69,3 м2, 509 ім.к., 50,1 м2; 511- ім.к., 50,7м2), Мультимедійн аудиторія, кабінет дипломного проектування (409 ім.к., 50,5 м2), Мультимедійні, лекційні аудиторії (208 ім.к., 99,4 м2; 315 ім.к., 71.3 м2; 313 ім.к., 49,7 м2), Методичний кабінет (201 ім.к., 40,5 м2).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	–офіційний сайт університету: http://www.khai.edu –точки бездротового доступу до мережі Інтернет; –необмежений доступ до мережі Інтернет; –наукова бібліотека та читальні зали; –Microsoft Windows Server 2012 R2 – серверна операційна система. –Microsoft Windows 7 Professional – операційна система клієнтських комп'ютерів мережі університету. – Microsoft Exchange Server 2010 Enterprise – сервер електронної пошти. –Microsoft SQL Server 2000 – система управління базами даних. –Microsoft Windows 8.1 Professional – операційна система клієнтських комп'ютерів мережі університету. Використання віртуального навчального середовища Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» та авторських розробок науково-педагогічного складу. Відповідає інформаційним та навчально-методичним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187, додатки 10-11)
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним аерокосмічним університетом ім. М. Є. Жуковського «ХАІ» і технічними закладами України. (Київський національний університет імені Т.Г. Шевченка, економічний факультет).
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним аерокосмічним університетом ім. М. Є. Жуковського «ХАІ» і навчальними закладами країн-партнерів (Краківський економічний університет, Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	У межах ліцензійного обсягу спеціальності та за умови обов'язкової попередньої мовної підготовки. Навчання іноземних

	громадян здійснюється державною або англійською мовами. Якщо навчання здійснюється державною мовою, то у певних випадках може бути прийнято рішення про викладання однієї чи декількох дисциплін англійською та/або іншими іноземними мовами, забезпечивши при цьому знання здобувачами відповідної дисципліни державною мовою.
--	--

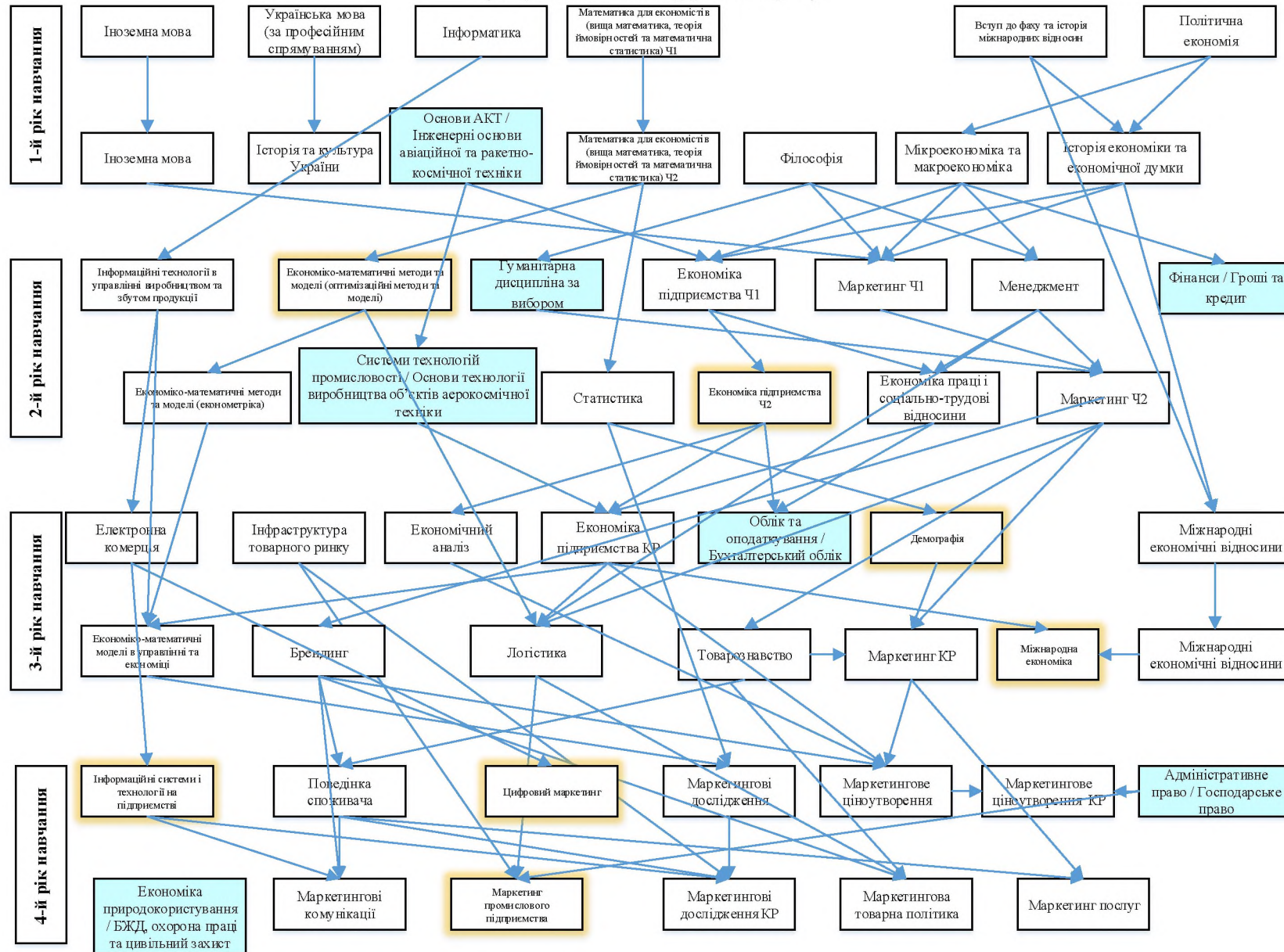
3 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

3.1. Перелік компонент ОП

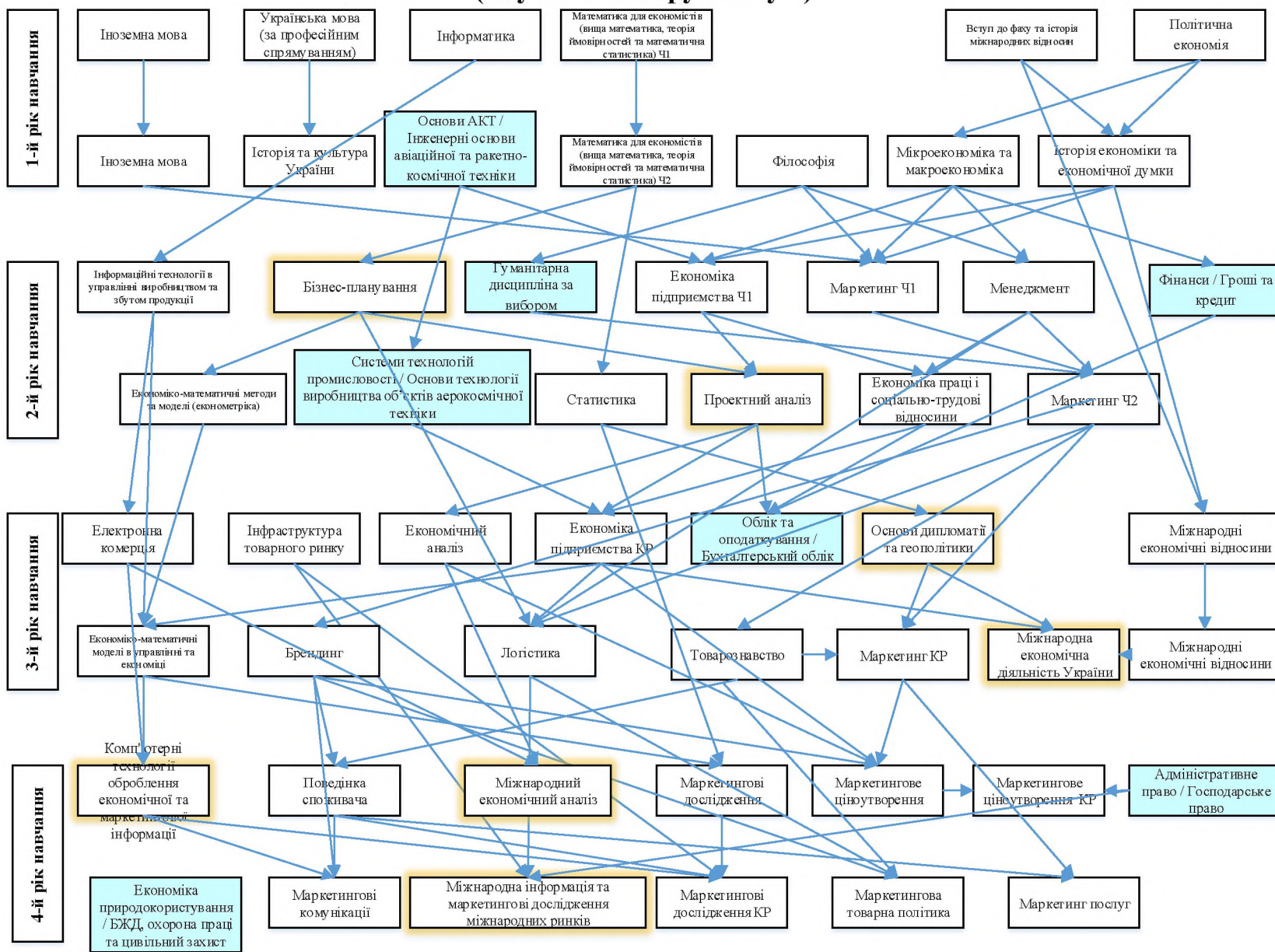
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, атестація)	Кількість кредитів	Форма, підсумковий контроль
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОП			
1.1. Дисципліни загальної підготовки			
OK1	Іноземна мова	7	залік
OK2	Історія та культура України	3	залік
OK3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
OK4	Філософія	3	залік
OK5	Історія економіки та економічної думки	4	іспит
OK6	Інформатика	4	іспит
OK7	Економіко-математичні методи та моделі (економетрика)	4,5	залік
OK8	Математика для економістів (вища математика, теорія ймовірностей та математична статистика)	11	іспит
OK9	Політична економія	4,5	іспит
OK10	Мікроекономіка та макроекономіка	7,5	іспит
OK11	Вступ до фаху та історія міжнародних відносин	6	залік
OK12	Менеджмент	4,5	іспит
OK13	Статистика	4	іспит
OK14	Економіка підприємства	4,5	іспит
OK15	Економіка підприємства (Курсова робота)	2	диф. залік
OK16	Економічний аналіз	4	іспит
OK17	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4,5	іспит
OK18	Міжнародні економічні відносини	9	іспит
Всього		90	
1.2. Дисципліни професійної підготовки			
OK19	Маркетинг	9,5	іспит
OK20	Маркетинг (Курсова робота)	2	диф. залік
OK21	Інформаційні технології в управлінні виробництвом та збутом продукції	4,5	залік
OK22	Економіко-математичні моделі в управлінні та економіці	5,5	іспит
OK23	Інфраструктура товарного ринку	3,5	іспит
OK24	Маркетингові дослідження	4	іспит
OK25	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	2	диф. залік
OK26	Маркетингове ціноутворення	4	іспит
OK27	Маркетингове ціноутворення (Курсова робота)	2	диф. залік
OK28	Брендинг	4	залік
OK29	Електронна комерція	5	іспит
OK30	Маркетингові комунікації	4	іспит
OK31	Маркетингова товарна політика	4,5	іспит
OK32	Поведінка споживача	3,5	іспит
OK33	Товарознавство	5,5	іспит
OK34	Маркетинг послуг	4	іспит
OK35	Логістика	4	залік

ОК36	Навчальна практика	3	залік
ОК37	Ознайомча практика	3	залік
ОК38	Виробнича практика	3	залік
ОК39	Виробнича практика переддипломна	3	залік
ОК40	Кваліфікаційна робота бакалавра	6	іспит
Всього		89,5	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		179,5	
2. Вибіркові компоненти			
2.1. Дисципліни професійної підготовки вільного вибору студента (Блок 1)			
ВК1-1	Інформаційні системи і технології на підприємстві	4,5	іспит
ВК1-2	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі)	4,5	залік
ВК1-3	Економіка підприємства (частина 2)	4,5	іспит
ВК1-4	Міжнародна економіка	2	іспит
ВК1-5	Демографія	5	Диф. залік
ВК1-6	Маркетинг промислового підприємства	4,5	іспит
ВК1-7	Цифровий маркетинг	4,5	іспит
Усього за вільним вибором студентів Блок 1			
2.1. Дисципліни професійної підготовки вільного вибору студента (Блок 2)			
ВК2-1	Комп'ютерні технології оброблення економічної та маркетингової інформації	5	іспит
ВК2-2	Міжнародний економічний аналіз	7,5	іспит
ВК2-3	Бізнес-планування	2	Диф. залік
ВК2-4	Міжнародна інформація та маркетингові дослідження міжнародних ринків	5	іспит
ВК2-5	Міжнародна економічна діяльність України	5,5	Диф. залік
ВК2-6	Основи дипломатії та геополітики	2	іспит
ВК2-7	Проектний аналіз	5	іспит
ВК2-1	Комп'ютерні технології оброблення економічної та маркетингової інформації	4	залік
Усього за вільним вибором студентів Блок 2		72,5	
2.2. Дисципліни індивідуального вибору студента			
ВК3-1	Фінанси	4,5	залік
ВК3-2	Гроші та кредит	4,5	іспит
ВК4-1	Бухгалтерський облік	4	іспит
ВК4-2	Облік та оподаткування	4	іспит
ВК5-1	Адміністративне право	4	залік
ВК5-2	Господарське право	4	іспит
ВК6-1	Економіка природокористування	4	залік
ВК6-2	БЖД, охорона праці та цивільний захист	3	іспит
ВК7-1	Системи технологій промисловості	3	залік
ВК7-2	Основи технології виробництва об'єктів аерокосмічної техніки	4	іспит
ВК8-1	Інженерні основи авіаційної та ракетно-космічної техніки	4	Диф. залік
ВК8-2	Основи АКТ	4	іспит
ВК9	Гуманітарна дисципліна за вибором	3,5	іспит
Усього за індивідуальним вибором студентів		27,5	
Загальний обсяг вибірових компонент:		60,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

3.2 Структурно-логічна схема освітньої програми «Маркетинг» (за умови вибору блоку 1)



(за умови вибору блоку 2)



3.3 Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускника освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи бакалавра (для денної і заочної форми освіти) і завершується видачою документу встановленого зразку про присудження йому ступеня бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

4.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми «Маркетинг».

	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	ЗК 15	ЗК 16	ЗК 17	ЗК 18						ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10	ФК 11	ФК 12	ФК 13	ФК 14	ФК 15	ФК 16	ФК 17	ФК 18	ФК 19	ФК 20	
1. Дисципліни загальної підготовки																																												
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				+				+	+		+	+	+		+	+																									+	+		
1.2. Дисципліни професійної підготовки																																												
ОК 19		+	+	+		+	+	+		+							+	+							+		+	+	+	+	+		+											
ОК 20		+	+	+		+	+	+						+			+	+							+		+	+	+	+	+		+											
ОК 21				+		+	+	+	+			+																		+	+	+		+						+				
ОК 22			+	+	+	+	+	+	+																+	+	+		+	+	+		+			+							+	
ОК 23		+		+		+											+								+			+		+											+			
ОК 24			+	+		+	+	+	+	+		+			+	+	+								+	+	+		+	+		+	+						+				+	
ОК 25			+	+		+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+							+	+	+		+	+		+	+		+					+			+	
ОК 26			+	+		+	+	+									+								+		+	+	+	+	+				+					+				+

[illegible]

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

5.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми «Маркетинг»

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18
ПРН1									+	+	+			+	+			+
ПРН2				+	+		+	+	+				+	+	+	+	+	+
ПРН3					+		+	+	+	+	+			+				+
ПРН4						+	+	+					+		+	+		
ПРН5				+	+				+	+	+			+		+		+
ПРН6											+		+					+
ПРН7						+	+						+		+			
ПРН8												+						
ПРН9							+	+					+					
ПРН10						+	+						+		+			
ПРН11		+										+		+				+
ПРН12		+		+								+			+			
ПРН13												+			+		+	
ПРН14				+								+					+	
ПРН15		+		+								+	+				+	
ПРН16	+	+	+									+	+		+			
ПРН17	+		+												+			
ПРН18													+		+			
ПРН19	+		+		+				+	+	+			+	+	+	+	+
ПРН20	+		+		+													
ПРН21				+								+					+	
ПРН22												+						

	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39	OK40
ПРН1	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+
ПРН2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+
ПРН3	+	+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН4	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН5	+	+			+	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+
ПРН6	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+
ПРН7		+	+	+		+	+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
ПРН8		+				+	+	+	+	+	+	+	+			+				+	+	+
ПРН9		+		+		+	+		+	+	+		+							+	+	+
ПРН10	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+		+	+			+	+	+	+
ПРН11	+	+		+		+	+	+	+		+	+	+		+	+			+	+	+	+
ПРН12		+	+	+		+	+	+	+		+	+			+	+			+	+	+	+
ПРН13							+		+			+	+				+	+	+	+	+	+
ПРН14	+	+		+		+	+		+				+		+	+		+	+	+	+	+
ПРН15	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+
ПРН16	+			+		+	+		+					+	+	+		+	+	+	+	+
ПРН17	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+
ПРН18	+					+	+		+			+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
ПРН19					+	+	+	+	+	+	+				+			+	+	+	+	+
ПРН20	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
ПРН21	+										+							+	+	+	+	+
ПРН22		+									+	+		+			+	+	+	+	+	+

5.1. Вибіркові компоненти освітньої програми «Маркетинг»

	BK1-1	BK1-2	BK1-3	BK1-4	BK1-5	BK1-6	BK1-7		BK2-1	BK2-2	BK2-3	BK2-4	BK2-5	BK2-6	BK2-7
ПРН1			+	+		+				+	+				
ПРН2	+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+
ПРН3				+		+					+				
ПРН4	+	+	+		+	+	+		+	+		+			+
ПРН5		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+
ПРН6		+	+		+	+	+		+	+	+		+	+	
ПРН7	+	+					+		+		+	+			
ПРН8	+	+				+	+					+		+	+
ПРН9	+	+					+		+			+	+		+
ПРН10	+	+			+		+		+			+		+	+
ПРН11				+	+	+							+	+	
ПРН12											+			+	
ПРН13	+	+	+			+					+			+	+
ПРН14					+						+			+	
ПРН15					+	+				+	+		+	+	
ПРН16														+	
ПРН17							+						+	+	
ПРН18	+	+	+	+	+	+								+	
ПРН19			+	+		+	+			+					
ПРН20	+					+	+			+					
ПРН21	+				+						+				
ПРН22	+					+	+				+			+	

[illegible]