

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

«ПОГОДЖЕНО»

Голова науково-методичної комісії  
факультету економіки та  
менеджменту  
Павликівська О. І.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016р.

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор ТНТУ ім. Івана Пулюя  
Ясній П.В.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 р.

**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 «Маркетинг»
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	перший
СТУПІНЬ	бакалавр
ПРОФЕСІЙНА КВАЛІФІКАЦІЯ	3419 «Організатор із збуту» або 3429 «Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)

*СХВАЛЕНО:*

Вченою радою Тернопільського  
національного технічного  
університету імені Івана Пулюя  
протокол №  
від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 р.  
Вчений секретар

\_\_\_\_\_ Г.М. Крамар

## **I. Преамбула**

Освітня програма вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» першого рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» затверджено та введено в дію Наказом ректора Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя № \_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 р.

### **РОЗРОБНИКИ СТАНДАРТУ:**

Федорович Роман Володимирович, кандидат економічних наук, завідувач кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Краузе Ольга Ігорівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Борисова Тетяна Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Освітня програма вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» першого рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» розглянута та схвалена на засіданні науково-методичної комісії факультету економіки та менеджменту (протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 р.), враховано зауваження та пропозиції керівників виробничих підприємств Тернопільської області.

## II. Загальна характеристика

<b>Рівень вищої освіти</b>	FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень / Бакалавр
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>Спеціальність</b>	075 «Маркетинг»
<b>Освітня кваліфікація</b>	бакалавр з маркетингу
<b>Професійна(і) кваліфікація(ї) (тільки для регульованих професій)</b>	3419 «Організатор із збуту» або 3429 «Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	<u>Освітня кваліфікація</u> – «Бакалавр з маркетингу» <u>Професійна кваліфікація</u> – 3419 «Організатор із збуту» або 3429 «Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
<b>Опис предметної області</b>	<u>Об'єкти вивчення та діяльності:</u> загальноекономічні та професійні знання, вміння та навички для виконання професійних функцій та типових задач діяльності у сфері маркетингу <u>Цілі навчання:</u> 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. <u>Теоретичний зміст предметної області:</u> Інтеграція фахової підготовки в галузі маркетингу, практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності промислових підприємств <u>Методи, методики та технології:</u> методи та технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін. <u>Інструменти або обладнання:</u> маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; Глобальна мережа; інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи
<b>Академічні права випускників</b>	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF LLL та 7 рівня НРК
<b>Працевлаштування випускників</b>	Первинні посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною) аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.

### **III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти**

240 кредитів ЄКТС, у т.ч.: модулі циклу загальної підготовки – 68,5 кредитів, модулі професійної підготовки – 156,5 кредитів, практичної підготовки – 13,5 кредитів, атестація (екзамен з фаху) – 1,5 кредити.

Набір на спеціальність 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного тестування.

Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та здібності до оволодіння знаннями, вміннями й навичками в галузі загальноекономічних та фахових наук.

#### IV. Перелік компетентностей випускника

<b>Інтегральна компетентність</b>	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
<b>Загальні компетентності</b>	<p>КЗ 1. Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації українською мовою</p> <p>КЗ 2. Здатність до усної комунікації іноземною мовою, в тому числі і професійно-ділового спілкування</p> <p>КЗ 3. Формування соціальної компетентності, здатність орієнтуватись в історичних процесах</p> <p>КЗ 4. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів</p> <p>КЗ 5. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірно-математичні методи їх розв'язання</p> <p>КЗ 6. Здатність до здійснення професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення техногенних аварій й природних небезпек, контролювати дотримання вимог безпеки та гігієни праці</p> <p>КЗ 7. Формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь</p> <p>КЗ 8. Здатність працювати в команді</p>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>	<p>КС 1. Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення</p> <p>КС 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</p> <p>КС 3. Здатність до застосування в професійній діяльності системи знань господарського та цивільного права</p> <p>КС 4. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку</p> <p>КС 5. Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживних властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживних властивостей товарів</p> <p>КС 6. 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</p> <p>КС 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</p> <p>КС 8. Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу</p>

## V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

### Результати навчання:

Знання з предметної області	<p>РНП 1. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності;</p> <p>РНП 2. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності;</p> <p>РНП 3. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю;</p> <p>РНП 4. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства;</p> <p>РНП 5. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку;</p> <p>РНП 6. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів;</p> <p>РНП 7. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок</p>
Когнітивні уміння та навички з предметної області	<p>РНК 1. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства;</p> <p>РНК 2. Здатність застосовувати знання та вміння для розв'язання якісних та кількісних задач;</p> <p>РНК 3. Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти;</p> <p>РНК 4. Уміння володіти методологічними прийомами наукових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, використовувати сучасні методи системного наукового аналізу.</p>
Практичні навички з предметної області	<p>РНПН 1. Навички застосування науково-обґрунтованих методів аналізування та прогнозування розвитку підприємств та організацій;</p> <p>РНПН 2. Уміння складати економічну звітність, обчислювати показники господарської діяльності підприємства, організації та установи;</p> <p>РНПН 3. Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи;</p> <p>РНПН 4. Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу.</p>
Загальні вміння та навички	<p>РНЗ. 1. Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства (установи, організації);</p> <p>РНЗ. 2. Володіння різноманітними практичними навичками щодо комп'ютерного збору і обробки інформації;</p> <p>РНЗ. 3. Уміння професійно працювати із сучасною комп'ютерною технікою;</p> <p>РНЗ. 6. Навички спілкування, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та принаймні однією із поширених європейських мов</p> <p>РНЗ. 6. Навички спілкування, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та принаймні однією із поширених європейських мов;</p> <p>РНЗ. 7. Навички взаємодії з іншими людьми, уміння працювати в групах, управління конфліктами та стресами.</p>

## VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форма атестації здобувачів вищої освіти</b>	Складання екзамену з фаху
<b>Вимоги до екзамену з фаху</b>	<p>Екзамен з фаху бакалаврів, який базується на застосуванні знань професійно-орієнтованих дисциплін, передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- підготовку бакалаврів з маркетингу, які б відповідали сучасним вимогам управління та організації бізнесу на підприємствах всіх форм власності;</li><li>- розробку оптимальної моделі бакалавра через зв'язки з виробництвом та вивчення потреб регіону у фахівцях вище зазначеного профілю;</li><li>- впровадження у навчальний процес сучасної обчислювальної техніки, комп'ютерних технологій та нових методів активного навчання (організація ділових ігор, моделювання виробничих ситуацій, проведення практичних занять на робочих місцях у виробничих структурах філіалу кафедри).</li></ul> <p>Атестація якості підготовки бакалавра за фахом «Маркетинг» щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої підготовки вимогам Освітньої програми здійснюється після виконання студентами у повному обсязі навчального плану Екзаменаційною комісією вищого навчального закладу з даного фаху, голову якої затверджено Міністерством освіти і науки України.</p> <p>Атестація здійснюється на підставі оцінки рівня професійних компетентностей випускників, передбачених даною Освітньою програмою, з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики</p> <p>Присвоєння кваліфікації «Бакалавр з маркетингу» здійснює Екзаменаційна комісія.</p> <p>Відповідальність за якість освітньої та професійної підготовки випускників вищих навчальних закладів встановлюється згідно з чинним законодавством.</p>

## **VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**



## **ІХ. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти**

### **Пояснювальна записка**

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя проводить підготовку магістрів за спеціальністю «Маркетинг».

Діяльність вищого навчального закладу провадиться на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить вищий навчальний заклад, органів управління вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів).

Спеціальні вимоги до зарахування: Набір на спеціальність 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного тестування.

Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та здібності до оволодіння знаннями, вміннями й навичками в галузі загальноекономічних та фахових наук.

Профіль програми: Програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання. Робиться акцент на здатності здійснювати організаційно-економічну, управлінську та наукову діяльність на підприємствах, у торгівельних 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, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.

Ключові результати навчання: підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на

підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.

Професійні профілі випускників з прикладами: бакалавр з маркетингу (випускник) здатний виконувати професійні роботи (за Державним класифікатором професій ДК 003: 2010):

Фахівець підготовлений до роботи в галузях економіки за ДК 009:2010:

Код	Назва	NACE (Rev. 1.1)	ISIC (Rev. 4)
70	Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування		70
70.1	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)		701
70.10	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)	74.15*	7010
70.2	Консультування з питань керування		702
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	74.14*	7020*
70.22	Консультування з питань комерційної діяльності й керування	05.01*	7020*
		74.14*	7020*
73	Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку		73
73.1	Рекламна діяльність		731
73.11	Рекламні агентства	74.40*	7310*
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	74.40*	7310*
73.2	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки		732
73.20	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки	74.13	7320

Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК003:2010:

Код КП	Професійна назва роботи
3413	Торговець (власність)
3413	Торговець нерухомістю
3415	Мерчендайзер
3415	Агент торговельний
3415	Агент комерційний
3419	Організатор із збуту
3419	Інспектор-товарознавець
3429	Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
3436.1	Помічник керівника підприємства (установи, організації)
3436.3	Помічник керівника малого підприємства без апарату управління

Код КП	Професійна назва роботи
1233	Директор з маркетингу Начальник відділу збуту (маркетингу)
1234	Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)
2419.2	Консультант з маркетингу
1475	Менеджер (управитель) з маркетингу
2419.1	– Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) – Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) – Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)
3429	Торговець (обслуговування бізнесу та – реклами)
2419.2	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Рекламист Економіст із збуту
1317	Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.) Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т.ін.)
1476.1	Менеджер (управитель) з реклами
1475.4	Менеджер (управитель) із збуту
3419	Організатор із збуту
2310.2	Викладач вищого навчального закладу

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей  
дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
<b>Загальні компетентності</b>				
КЗ 1. Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації українською мовою	+		+	
КЗ 2. Здатність до усної комунікації іноземною мовою, в тому числі і професійно-ділового спілкування	+		+	
КЗ 3. Формування соціальної компетентності, здатність орієнтуватись в історичних процесах	+			+
КЗ 4. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів	+	+		
КЗ 5. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання	+	+		
КЗ 6. Здатність до здійснення професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення техногенних аварій й природних небезпек, контролювати дотримання вимог безпеки та гігієни праці			+	+
КЗ 7. Формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмій	+			
КЗ 8. Здатність працювати в команді		+	+	
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>				
КС 1. Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення	+	+		
КС 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	+			
КС 3. Здатність до застосування в професійній діяльності системи знань господарського та цивільного права	+			
КС 4. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку	+	+		
КС 5. Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживних властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживних	+			

властивостей товарів				
КС 6. 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	+	+		
КС 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	+	+	+	
КС 8. Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу	+	+		

Таблиця 2

**Матриця відповідності визначених Стандартом  
результатів навчання та компетентностей**

Програмні результати навчання	Компетентності																
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності							
		КЗ 1.	КЗ 2.	КЗ 3.	КЗ 4.	КЗ 5.	КЗ 6.	КЗ 7.	КЗ 8.	КС 1.	КС 2.	КС 3.	КС 4.	КС 5.	КС 6.	КС 7.	КС 8.
РНП 1.	+				+	+	+	+	+	+		+	+		+		
РНП 2.	+			+	+	+		+	+	+		+	+		+		+
РНП 3.	+					+		+	+	+	+						
РНП 4.	+			+		+		+	+	+			+		+		+
РНП 5.	+	+		+				+	+			+	+				
РНП 6.	+			+	+	+		+	+	+		+	+	+			+
РНП 7.	+	+	+	+			+		+	+			+				+
РНК 1.	+			+		+		+	+	+	+		+	+	+		+
РНК 2.	+				+	+			+	+	+		+	+	+		+
РНК 3.	+		+						+			+			+	+	+
РНК 4.	+				+				+		+		+				+
РНПН 1.	+				+	+		+		+	+		+		+		
РНПН 2.	+																
РНПН 3.	+	+	+			+		+		+		+	+		+		
РНПН 4.	+		+							+	+		+			+	+
РНЗ. 1.	+				+	+		+		+			+		+		+
РНЗ. 2.	+									+			+			+	+
РНЗ. 3.	+		+							+						+	+
РНЗ. 4.	+									+							
РНЗ. 5.	+	+	+	+						+							
РНЗ. 6.	+	+	+	+						+							+
РНЗ. 7.	+	+	+	+			+	+	+	+			+		+		+