

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень
(назва рівня вищої освіти)

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та назва галузі знань)

спеціальність 075 «Маркетинг»
(код і назва спеціальності)

кваліфікація 341. Фахівці в галузі фінансів та торгівлі
3436.2 Помічники керівників виробничих та інших основних
підрозділів
(шифр і назва кваліфікації)

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради
проф. С.Б. Беліков

протокол № 5/20 від 10 червня 2020 р.

Освітньо-професійна програма вводиться
в дію з «10» червня 2020 р.

Ректор НУ «Запорізька політехніка»
проф. С.Б. Беліков

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

«Маркетинг»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

УЗГОДЖЕНО:

УЗГОДЖЕНО:

Перший проректор


В.Г. Прушківський

« 7 » _____ 2020 р.

Керівник навчального відділу


В.Л. Грешта

« ____ » _____ 2020 р.

Розглянуто на засіданні вченої ради
факультету економіки та управління

Протокол № 25 від «11» березня 2020 р.


Декан ФЕУ


В.В. Корольков

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу та логістики

Протокол № 7 від «26» лютого 2020 р.

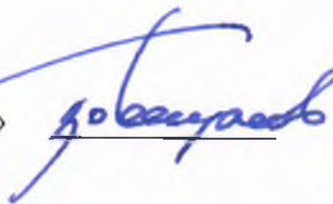
Завідувач кафедри маркетингу та логістики


В.В. Лифар

Представники роботодавців:

Ширков Володимир Тімофійович

Директор з маркетингу «Мотор Січ»



В.Т.Ширков

Ехсан Інна Володимирівна

Заступник керуючого

ТОВ «АШАН Запоріжжя»



І.В.Ехсан

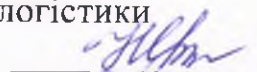
РОЗРОБЛЕНО

керівник проектної групи:

Соколова Юлія Олександрівна,

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики

НУ «Запорізька політехніка»



Ю.О. Соколова

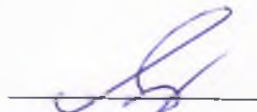
члени проектної групи:

Лифар Владислава Віталіївна,

д.е.н., професор,

завідувач кафедри маркетингу та логістики

НУ «Запорізька політехніка»



В.В. Лифар

Павлішина Ніна Михайлівна,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

НУ «Запорізька політехніка»



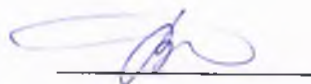
Н.М. Павлішина

Корольков Владислав Васильович,

к.е.н., доцент, декан факультету економіки та управління,

доцент кафедри менеджменту

НУ «Запорізька політехніка»



В.В. Корольков

ПЕРЕДМОВА

Розроблено

робочою групою кафедри «Маркетинг та логістика», факультет економіки та управління

Затверджено та надано чинності

Рішенням Вченої ради НУ

«Запорізька політехніка»

Протокол № 5/20 від 10 червня 2020 р.

Розробники:

Соколова Юлія Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики НУ «Запорізька політехніка», керівник проектної групи;

Лифар Владислава Віталіївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та логістики НУ «Запорізька політехніка»;

Павлішина Ніна Михайлівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики НУ «Запорізька політехніка»;

Були враховані методичні рекомендації щодо розробки стандартів вищої освіти, затверджені наказом МОН України від 01.10.2019 р. №1254, схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради МОН України (протокол №3 від 21.06.2019 р.).

ВСТУП

Освітньо-професійна програма (ОПП) є нормативним документом, у якому визначається нормативний термін та зміст навчання, нормативні форми державної атестації, встановлюються вимоги до змісту, обсягу, рівню освіти та професійної підготовки бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

Наказом МОН України від 06.11.2015 № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», вищим начальним закладам запропоновано розробити та запровадити з 01.09.2016 р. освітні програми та навчальні плани згідно з вимогами Закону України «Про вищу освіту» [1].

ОПП розроблена на підставі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, введеного в дію наказом МОН України №1343 від 05 грудня 2018 р. [2].

Також для розробки освітньо-професійної програми за відсутності методології і методичних рекомендацій використовувались такі положення Закону України «Про вищу освіту»:

1) ст. 1, п. 1. 17 – освітня програма (освітньо-професійна, освітньо-наукова) – 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;
- очікувані результати навчання, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти;

2) ст. 10, п. 3 – стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми:

- обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
- перелік компетентностей випускника;

- нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей);

- форми атестації здобувачів вищої освіти;

- вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

3) ст. 1 п. 1.13 – компетентність визначає здатність особи успішно здійснювати навчальну та подальшу професійну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти;

4) ст. 1 п. 1.19 – результати навчання – сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих особою у процесі навчання за певною освітньо-професійною, освітньо-науковою програмою, які можна ідентифікувати, кількісно оцінити та виміряти.

На підставі вищевикладеного прийнята (за термінологією Закону України «Про вищу освіту») така структура освітньо-професійної програми:

- виявлення видів, змісту та системи відповідних завдань діяльності бакалавра (змісту вищої освіти) з урахуванням вимог професійних стандартів;

- визначення загальних і спеціальних компетентностей бакалавра як здатностей до ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності з урахуванням вимог професійних стандартів та вимог Національної рамки кваліфікацій [3];

- визначення програмних результатів навчання та їх ступеня складності шляхом декомпозиції компетентностей;

- обґрунтування номенклатури видів навчальної діяльності завдяки адекватному розподілу програмних результатів навчання за навчальними дисциплінами та практиками;

- визначення кредитів на проведення всіх видів навчальної діяльності.

Освітньо-професійна програма є складовою галузевого стандарту вищої освіти і використовується при:

- акредитації освітньої програми, інспектуванні освітньої діяльності за спеціальністю;

- розробленні навчального плану, програм навчальних дисциплін та практик;

- розробленні засобів діагностики якості вищої освіти;

- атестації бакалаврів освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»;

- професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітньо-професійна програма поширюється на кафедри НУ «Запорізька політехніка», що здійснюють підготовку фахівців освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

1 ГАЛУЗЬ ВИКОРИСТАННЯ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг (освітня програма «Маркетинг»)
Рівень кваліфікації	6, згідно Національної рамки кваліфікацій
Обмеження щодо форм навчання	немає
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Нормативний термін навчання	4 роки
Опис предметної області	<p>Об'єкти вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права випускників	Право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

Працевлаштування	3419. Інспектор торговельний Інспектор-товарознавець Організатор з постачання Організатор із збуту Товарознавець 3436. Помічник керівника підприємства (установи, організації) Референт Помічник керівника виробничого підрозділу Помічник керівника іншого основного підрозділу Помічник керівника малого підприємства без апарату управління
------------------	---

2 РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПОСЛІДОВНІСТЬ ДИСЦИПЛІН ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

2.1 При формуванні змісту ОПП були враховані тенденції розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм.

Освітньо-професійна програма передбачає такі цикли підготовки:

- загальної підготовки;
- професійної підготовки.

Цикл загальної підготовки включає дисципліни гуманітарної та соціально-економічної спрямованості, а також нормативну та вибірккову частини. Цикл професійної підготовки включає спеціальні дисципліни за фахом та практичну підготовку, нормативну та вибірккову частини, що разом з циклом загальної підготовки програми забезпечує отримання освітнього ступеня «бакалавр» за освітньою програмою «Маркетинг».

Навчальні дисципліни професійного циклу підготовки визначені з урахуванням досвіду представників роботодавців з метою досягнення програмних результатів навчання та отримання здобувачами вищої освіти необхідних компетентностей.

Для набуття практичного досвіду студентами в професійному циклі підготовки передбачаються такі види практик як: загальноекономічна – проходить наприкінці 6-го семестру; фахова – проходить на початку 8-го семестру.

2.2 Професійна складова має забезпечити формування наступних *знань та умінь*:

- концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень;
- критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності;
- розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів.

2.3 Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти, на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС; на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» - не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.

Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.

Загальний обсяг вибіркових дисциплін складає не менше 25% від загального обсягу кредитів ЄКТС.

Розподіл змісту освітньо-професійної програми підготовки фахівця та максимальний навчальний час за циклами підготовки наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Розподіл змісту освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «бакалавр» та розподіл навчального часу за

циклами підготовки спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»)

Цикл підготовки	%	Максимальний навчальний час за циклами (академічних годин/кредитів)
Нормативна частина програми, у складі:	66,5	1755/158,5
– цикл загальної підготовки		1725/57,5
– цикл професійної підготовки		3030/101
Вибіркова частина програми, у складі:	33,5	2445/81,5
– цикл загальної підготовки		1200/40
– цикл професійної підготовки		1245/41,5
Разом	100	7200/240

1 кредит – 30 годин.

Перелік компонент освітньо-професійної програми за циклами підготовки нормативної та вибіркової частин наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Перелік компонент освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»)

Спеціальність 075 – Маркетинг (освітня програма «Маркетинг»)			
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальної дисципліни, курсової роботи, практики, кваліфікаційної роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Політична економія	5	екзамен
ОК 2.	Вища математика	8	екзамен
ОК 3.	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 4.	Історія економіки та економічної думки	5	екзамен
ОК 5.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 6.	Інформатика	5	залік
ОК 7.	Мікроекономіка	5	екзамен
ОК 8.	Соціологія економіки	5	залік
ОК 9.	Регіональна економіка	4	екзамен
ОК 10.	Теорія ймовірності і математична статистика	5	екзамен
ОК 11.	Макроекономіка	5	екзамен
ОК 12.	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 13.	Статистика	4	екзамен
ОК 14.	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	екзамен

ОК 15.	Оптимізаційні методи та моделі	4	екзамен
ОК 16.	Маркетинг	10	екзамен, КР
ОК 17.	Фінанси	4	екзамен
ОК 18.	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 19.	Менеджмент	4	екзамен
ОК 20.	Загальноекономічна практика	4,5	диф. залік
ОК 21.	Кваліфікаційний екзамен з економічної теорії	1,5	д/а
ОК 22.	Логістика	4	екзамен
ОК 23.	Бухгалтерський облік	3,5	екзамен
ОК 24.	Маркетингові дослідження	4,5	залік, КР
ОК 25.	Економетрика	3	залік
ОК 26.	Гроші та кредит	4	екзамен
ОК 27.	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 28.	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 29.	Товарна та цінова політика в маркетингу	3	КР
ОК 30.	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 31.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,5	залік
ОК 32.	Маркетинг промислового підприємства	3,5	екзамен
ОК 33.	Комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху	3	д/а
ОК 34.	Маркетингові комунікації	3,5	екзамен
ОК 35.	Фахова практика	4,5	диф. залік
ОК 36.	Основи бізнесу	3,5	залік
ОК 37.	Вступ до спеціальності	3	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		158,5	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1.	Історія України/Історія Українського державотворення/Історія України в персоналіях	3	екзамен
ВК 2.	Фізичне виховання/Здоров'я зберігаючі технології та співдія функціональному розвитку/Інноваційні технології розвитку фізичних якостей та спортивне вдосконалення	12	залік
ВК 3.	Філософія/Людина і світ: філософський дискус/Філософські вимоги сучасного світу	3	екзамен
ВК 4.	Товарознавство/Рекламна діяльність/Товарознавство продовольчих та непродовольчих товарів	4	залік
ВК 5.	Політико-правова система України/Правознавство/Соціологія	3	залік
ВК 6.	Безпека життєдіяльності фахівця з основами охорони праці/Захист життєвого середовища та охорона праці/Захист здоров'я та життя людини з основами охорони праці	3	залік
ВК 7.	Психологія/Психології сучасного світу/Психологія особистості	3	залік
ВК 8.	Історія української культури/Українська культура в європейському контексті/Культурологія	3	екзамен
ВК 9.	Маркетинг закупівель/Маркетинг відносин/Публічні закупівлі	3,5	залік
ВК 10.	Економіко-математичні моделі в економіці/Дослідження операцій/Математичні методи прийняття рішень	3,5	залік
ВК 11.	Ринок страхових послуг/Страховий маркетинг/Маркетинг товарів пасивного попиту	3	залік
ВК 12.	Інтернет комерція/Електронна комерція/Техніка продажів	3	залік
ВК 13.	Інфраструктура товарного ринку/Товарний ринок та його інфраструктура/Суб'єкти та об'єкти товарного ринку	3	залік
ВК 14.	Мерчендайзинг/Мерчендайзингова	3	залік

	діяльність/Мерчендайзинг в роздрібній торгівлі		
ВК 15.	Економічний аналіз/Теорія та практика економічного аналізу/Економічний аналіз діяльності суб'єкта господарювання	3	залік
ВК 16	Інформаційні системи і технології в маркетингу/Створення WEB-ресурсів/Аналіз економічної інформації	3,5	залік
ВК 17.	Комерційна діяльність посередницьких підприємств/Посередництво в комерційній діяльності/Управління торговими підприємствами сучасних формувань	3,5	залік
ВК 18.	Поведінка споживача/ Психологія покупця/Психологія купівельної поведінки	3	залік
ВК 19.	Маркетингова політика розподілу/Маркетинг збутової діяльності/Маркетинг торговельного підприємства	3,5	екзамен
ВК 20.	Бренд-менеджмент/Брендинг/Бренд ID	3	залік
ВК 21.	Паблік рилейшнз/PR-діяльність/Технології паблік рилейшнз	3	залік
ВК 22.	Екологічний маркетинг/Маркетинг екологічних товарів/Екомаркетинг	3	залік
ВК 23.	Інтелектуальна безпека	3	залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		81,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		7200/240	

2.4. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Всі дисципліни розташовані у логічній послідовності для формування загальних і фахових компетентностей у здобувачів вищої освіти та отримання відповідних програмних результатів навчання.

2.5. Викладання та оцінювання

2.5.1. Підходи до викладання та навчання:

- основні підходи, методи та технології, передбачені програмою (наприклад, студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання на основі проходження практики);
- інтенсивний характер навчання (усі заняття базуються на активному залученні слухачів до освітнього процесу через дискусії, ділові ігри, засідання наукового студентського гуртка);
- практична спрямованість (широко використовуються приклади та ситуаційні вправи з практики промислових і торговельних підприємств, які функціонують на українському та міжнародному ринках);
- використання інноваційних технологій (можливість самостійної роботи студентів з використанням електронних підручників, використання

мультимедійних технологій під час лекційних та практичних занять).

2.5.2. Система оцінювання складається з:

- поточного контролю, який проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях, у формі виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, у формі тестування тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення модульної оцінки, при проведенні заліку і враховується при визначенні підсумкової екзаменаційної оцінки з дисципліни.

Засвоєння тем (поточний контроль) контролюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до конкретних цілей, засвоєння змістових модулів (проміжний контроль) – на практичних підсумкових заняттях та/або виконанням індивідуальної семестрової роботи. Застосовуються такі засоби діагностики рівня підготовки студентів:

- тестові завдання;
- розв'язування задач, господарських ситуацій;
- підготовка рефератів, есе, презентацій;
- виконання індивідуальної роботи.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять.

Семестровий підсумковий контроль з дисциплін є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку та/або екзамену в терміни, встановлені графіком освітнього процесу.

З ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ПЕРШИМ (БАКАЛАВРСЬКИМ) РІВНЕМ

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	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.

	<p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>(фахові) компетентності</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

Таблиця 3.1 Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньо-професійної програми

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36	ОК37		
ЗК1	+			+	+																																		
ЗК2	+			+																																	+		
ЗК3		+					+		+	+			+		+						+					+		+		+							+		
ЗК4		+	+		+	+	+		+		+				+		+				+	+				+	+							+	+		+		
ЗК5																				+														+	+		+		
ЗК6				+			+				+	+		+		+	+		+	+			+	+		+		+	+			+	+		+	+			
ЗК7						+		+				+	+	+					+		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+		+	+	+			
ЗК8								+		+			+											+	+			+			+				+	+			
ЗК9						+		+															+	+			+			+				+	+	+			
ЗК10			+																												+								
ЗК11																				+	+																		
ЗК12												+		+		+	+			+	+		+	+	+	+	+		+	+		+	+		+				
ЗК13			+																+													+							
ЗК14																+					+				+				+	+		+		+	+				
СК1																+												+	+	+	+		+	+		+	+		
СК2																													+		+	+		+	+		+	+	
СК3																									+			+		+			+	+		+	+		
СК4																+							+				+					+					+	+	
СК5																				+	+								+	+	+		+		+		+	+	
СК6								+		+			+		+										+		+		+					+	+		+	+	
СК7																+													+	+			+	+		+	+		
СК8											+				+	+									+			+		+	+			+		+			
СК9																																			+				
СК10						+												+							+								+	+	+	+			
СК11	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+			+	+		+		+	+		+		
СК12			+																	+	+				+			+	+	+	+	+	+		+	+			
СК13																+	+		+	+		+		+			+	+	+	+					+	+			
СК14																					+							+	+	+	+	+				+	+		

Таблиця 3.2 Матриця відповідності програмних компетентностей вибіркоким компонентам освітньо-професійної програми

	БК1	БК2	БК3	БК4	БК5	БК6	БК7	БК8	БК9	БК10	БК11	БК12	БК13	БК14	БК15	БК16	БК17	БК18	БК19	БК20	БК21	БК22	БК23	
ЗК1	+		+		+	+		+																
ЗК2	+	+	+	+	+	+	+	+	+													+		
ЗК3			+							+	+	+		+	+		+		+	+		+	+	
ЗК4					+		+			+	+	+	+		+	+	+			+	+	+	+	
ЗК5													+											
ЗК6									+	+	+	+	+	+		+	+	+		+		+		
ЗК7				+					+		+		+	+			+	+	+		+	+		
ЗК8				+							+			+			+	+	+		+	+		
ЗК9				+										+		+	+		+		+		+	
ЗК10																								
ЗК11							+							+										
ЗК12									+				+					+						
ЗК13																								
ЗК14						+	+		+									+					+	
СК1				+							+		+	+					+			+		
СК2											+			+					+	+	+	+		
СК3				+										+			+	+	+			+		
СК4				+																				
СК5									+		+		+	+			+		+			+		
СК6				+			+			+	+	+						+				+		
СК7									+		+	+	+	+			+					+		
СК8										+			+						+					
СК9																								
СК10									+			+				+								
СК11							+		+	+	+		+	+	+		+	+		+	+	+	+	
СК12											+			+				+	+	+	+	+	+	
СК13																		+						
СК14																		+	+					

4 ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Кваліфікаційний рівень бакалавра відповідає шостому рівню Національної рамки кваліфікацій (НРК) – «Здатність особи розв’язувати типові спеціалізовані задачі в певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів відповідних наук і характеризується певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності та діяльності інших осіб у певних ситуаціях» [4].

Результати навчання – компетентності (знання, розуміння, уміння, цінності, інші особисті якості), які набуває та/або здатна продемонструвати особа після завершення навчання.

Програмні результати навчання:

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів.

РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження

маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

PH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

PH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

PH15. 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.

PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

PH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

PH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Таблиця 4.1 Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньо-професійної програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37			
PH1							+									+	+			+	+	+					+	+	+	+			+	+	+	+	+			
PH 2	+						+	+		+	+		+			+	+			+				+			+	+	+	+				+	+		+	+		
PH 3								+					+				+			+					+	+	+	+	+	+				+	+		+	+		
PH 4	+						+		+	+	+	+	+					+		+			+	+			+	+	+	+		+		+	+		+	+		
PH 5								+	+		+	+						+	+	+		+										+	+		+	+		+		
PH 6																+				+	+		+										+	+	+					
PH 7						+														+	+		+	+			+	+	+	+				+	+	+		+		
PH 8																+			+	+												+			+					
PH 9										+								+	+	+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
PH 10					+														+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
PH 11												+	+							+	+		+										+		+					
PH 12	+	+										+	+	+	+					+	+		+		+	+		+	+			+		+						
PH 13	+											+		+						+			+			+						+		+	+					
PH 14														+																						+				
PH 15				+																								+	+						+	+				
PH16			+	+		+									+	+		+		+	+		+				+	+	+	+	+	+		+	+	+				
PH17			+		+															+	+										+		+		+					
PH18				+																																+				

Таблиця 4.2 Матриця забезпечення програмних результатів навчання вибілковими компонентами освітньо-професійної програми

	ВК1	ВК2	ВК3	ВК4	ВК5	ВК6	ВК7	ВК8	ВК9	ВК10	ВК11	ВК12	ВК13	ВК14	ВК15	ВК16	ВК17	ВК18	ВК19	ВК20	ВК21	ВК22	ВК23
PH1				+						+		+		+					+	+	+	+	
PH 2										+	+			+	+				+			+	
PH 3									+	+			+	+			+		+			+	
PH 4									+	+	+		+	+	+		+		+			+	
PH 5				+										+	+			+					
PH 6										+			+	+			+				+	+	
PH 7				+							+					+	+		+				
PH 8									+							+							
PH 9									+		+				+			+	+				+
PH 10									+	+	+		+	+	+				+	+		+	+
PH 11										+		+					+	+		+		+	
PH 12										+					+	+	+	+		+		+	+
PH 13														+	+		+	+			+		+
PH 14							+		+					+									
PH 15	+		+		+	+	+	+													+		+
PH16							+		+				+			+		+					+
PH17												+											
PH18	+		+		+	+	+	+															+

З метою співвіднесення визначених результатів навчання та компетентностей, зазначених у освітній програмі, використовується Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК (Додаток Б).

5 ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінювання якості вирішення здобувачами вищої освіти завдань діяльності, що передбачені даною освітньо-професійною програмою, та рівня сформованих компетентностей, зазначених у розділі 3. Атестація здобувачів вищої освіти за спеціальністю здійснюється у формі атестаційних екзаменів – кваліфікаційного екзамену з економічної теорії та комплексного кваліфікаційного екзамену за фахом (за нормативними дисциплінами, визначеними навчальним планом спеціальності та даною освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра.

Кваліфікаційний екзамен з економічної теорії проводиться наприкінці 6-го семестру і включає:

- 1) тестові завдання з дисциплін «Політична економія», «Макроекономіка», «Мікроекономіка»;
- 2) теоретичне питання з дисципліни «Історія економіки та економічної думки»;
- 3) письмове розв'язання задач з дисциплін «Макроекономіка», «Мікроекономіка».

Комплексний кваліфікаційний екзамен за фахом проводиться наприкінці 8-го семестру і включає:

- 1) тестову перевірку знань, що передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та цією освітньо-професійною програмою. Для тестової перевірки виносяться дисципліни: «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг промислового підприємства», «Безпека життєдіяльності фахівця з основами охорони праці».
- 2) письмове розв'язання задач з дисциплін «Маркетингові дослідження» та «Маркетингове ціноутворення», які формують фахівця, що дає змогу перевірити сформованість відповідних компетентностей.

Атестацію та присвоєння кваліфікацій 341. Фахівці в галузі фінансів та торгівлі, 3436.2. Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів здійснює Екзаменаційна комісія, до складу якої можуть бути залучені представники роботодавців та їх об'єднань. Склад Екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

6 ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У НУ «Запорізька політехніка» функціонує система забезпечення вищим навчальним закладом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярно 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, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

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

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням НУ «Запорізька політехніка» оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

7 ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №1556-VII. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України №1343 від 05 грудня 2018 р.

3. Класифікатор професій ДК 003:2010. Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 року № 259.

4. Національна рамка кваліфікацій. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Перелік галузей знань і спеціальностей. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

6. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / [укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С. та ін.]; за заг. ред. С.Калашнікової та В.Лугового. – К.: НВЦ

«Пріоритети», 2015. – 84 с. – Режим доступу:
http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf.

7. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації / В.М.Захарченко, В.І.Луговий, Ю.М.Рашкевич, Ж.В.Таланова; за ред. В.Г.Кременя. – К.: НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с. – Режим доступу:
http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf.

8. TUNING. Educational Structures in Europe (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів. – Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

Керівник проектної групи,
(гарант освітньої програми)
к.е.н., доцент



Ю.О. Соколова

ДОДАТОК А

СТРУКТУРНО_ЛОГІЧНА СХЕМА



ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

Матриця відповідності визначених стандартом компетентностей дескрипторам НРК (за 6-м рівнем, бакалаврським) зі спеціальності 075 «Маркетинг» та компетентностей за НРК

Класифікація компетентностей за НРК Компетентності	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності				
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.				АВ2
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.				АВ2
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу		Ум1	К1	
ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	Зн1	Ум1		

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.			K2	AB1
ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	Зн2			
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	Зн1	Ум1		AB1
ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.		Ум1		AB1
ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.		Ум1		
ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.			K1	
ЗК11. Здатність працювати в команді.			K2	AB1
ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).			K2	
ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.	Зн2	Ум1		
ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.		Ум1	K2	AB2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	Зн1		K1	
СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	Зн2	Ум1	K1	
СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.		Ум1	K1	
СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі	Зн2		K1	AB2

розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.				
СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	Зн2	Ум1		
СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	Зн2	Ум1	К1	
СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	Зн2	Ум1	К1	
СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	Зн2	Ум1	К1	АВ1
СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	Зн1		К1	
СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	Зн1	Ум1		
СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	Зн2	Ум1	К1	
СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.		Ум1	К2	АВ1
СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.		Ум1	К1	АВ1
СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.		Ум1	К1	АВ1

Таблиця Б.2

**Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей
зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

Компетентності	Інтегральна компетентність	Компетентності																												
		Загальні компетентності												Спеціальні (фахові) компетентності																
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	
Програмні результати навчання																														
РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	+					+										+	+										+			
РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	+			+		+	+	+	+									+								+			+	
РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	+						+						+					+						+	+					
РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	+							+	+									+			+								+	
РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	+			+		+															+	+				+			+	
РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	+			+		+	+												+	+	+								+	
РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	+								+																	+	+	+		
РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	+			+	+			+	+								+			+					+	+			+	

