

Профіль освітньої програми
Назва освітньої програми: Маркетинг
Освітній ступінь: бакалавр
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Спеціальність: 075 Маркетинг

Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу</i>	Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Ступінь вищої освіти: бакалавр Освітня кваліфікація: бакалавр з маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС Термін навчання 3 роки і 10 місяців.
<i>Наявність акредитації</i>	
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 6 рівень, EQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
<i>Передумови</i>	Наявність повної загальної середньої освіти. Умови вступу визначаються «Правилами прийому до ДВНЗ «Ужгородський національний університет».
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	http://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/15068
Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють сучасним управлінським та економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що базуються на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення успішної роботи підприємства на засадах маркетингу.	
Характеристика освітньої програми	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	Галузь знань: Управління та адміністрування; Спеціальність: Маркетинг
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма. Орієнтована на здобуття студентами загально-економічних і професійних знань, вмінь та навичок для виконання професійних функцій і типових задач діяльності у сфері маркетингу.
<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Загальна програма «Маркетинг».
<i>Особливості програми</i>	Освітня програма ґрунтується на оволодінні студентами основними теоретично-прикладними аспектами маркетингової діяльності, принципів

	та методів дослідження , аналізу та оцінки маркетингового середовища (ринку), методикою оцінки конкурентоспроможності.
Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Випускники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, обіймати керівні посади, працювати в консалтингових компаніях, в проектних організаціях, в банківських установах, в страхових компаніях, наукових та освітніх закладах, на підприємствах де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, збуту та виробництва, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків тощо.
<i>Подальше навчання</i>	Випускники мають можливість навчатися за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.
Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекції, семінари, практичні заняття, практика на підприємствах та в організаціях, самостійна робота на основі підручників та конспектів, кейсовий метод навчання, консультації із викладачами, підготовка та публікування наукових статей, написання та захист курсових робіт та випускної бакалаврської роботи.
<i>Оцінювання</i>	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) та національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно, зараховано, незараховано) Тестування, опитування, дискусії, презентації, письмові есе, самоконтроль та самооцінка, модульні контрольні роботи, звіти про практику, захист курсових робіт, усні та письмові екзамени, комплексний екзамен з фаху, захист кваліфікаційної роботи бакалавра.
Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	<p>ЗК 1. Здатність до здійснення професійно-ділового спілкування за допомогою усної та письмової ділової комунікації українською та іноземною мовами.</p> <p>ЗК 2. Здатність формування соціальної компетентності, у формі співробітництва в групі та команді, адаптуватись відповідно до умов середовища</p> <p>ЗК 3. Здатність до впровадження наукових досліджень у фаховій діяльності, здатність впровадження нових ідей та нововведень.</p> <p>ЗК 4. Здатність до формування логічного мислення, здійснення аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів.</p> <p>ЗК 5. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання.</p> <p>ЗК 6. Здатність до системного мислення та самовдосконалення, формування стійкого світогляду та наполегливість у досягненні мети, адаптуватись до вимог навколишнього середовища тощо.</p> <p>ЗК 7. Здатність до формування системи знань щодо засад організації і планування маркетингової діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмій.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань.</p>
<i>Фахові компетентності (ФК)</i>	ФК1. Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку.

	<p>ФК2. Здатність ефективно організувати моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингової діяльності підприємства та превентивного реагування на зміни його стану.</p> <p>ФК3. Здатність здійснювати діагностику стану ринку середовища маркетингової діяльності.</p> <p>ФК4. Здатність реалізовувати плани діяльності за складниками комплексу маркетингу: товар-ціна-розподіл-комунікація.</p> <p>ФК5. Здатність здійснювати контроль за виконанням планових завдань та угод.</p>
Програмні результати навчання	
<p>ПРН 1. Уміння використовувати набуті теоретичні знання з маркетингу на практиці; демонструвати знання основних категорій маркетингу, принципів управління діяльністю підприємства на основі маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Здатність застосовувати методологічні прийоми і методи дослідження при управлінні маркетинговою діяльністю та розв'язуванні маркетингових задач.</p> <p>ПРН 3. Уміння відображати та аналізувати маркетингову інформацію в економічній документації та обчислювати за допомогою неї показники господарської діяльності підприємства.</p> <p>ПРН 4. Уміння визначати стратегічні цілі маркетингової діяльності та організувати їх реалізацію, планувати виробничу, товарну, цінову, комунікаційну та збутову діяльність.</p> <p>ПРН 5. Уміння використовувати інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 6. Вміти застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватись до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 7. Здатність усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 8. Вміти пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям у сфері маркетингу та іншим представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 9. Вміти застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції.</p> <p>ПРН 10. Навички самостійного виконання завдань, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 11. Вміти нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 12. Вміти виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 13. Здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, мати повагу до різноманіття та міжкультурності.</p> <p>ПРН 14. Вміти підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 15. Навички письмової та усної загальної комунікації, державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	
Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	<p>Виконання освітньої програми «Маркетинг» забезпечують науково-педагогічні працівники Університету. Викладання більшості обов'язкових дисциплін, дисциплін вибору ВНЗ та дисциплін вільного вибору студента забезпечуються кафедрою спеціальності «Маркетинг»: кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту. Сукупний кадровий потенціал кафедри спеціальності «маркетинг» складає 12 штатних викладачів, серед яких 10 кандидат наук, 1 доктор наук та 10 – за сумісництвом, з яких 6 професорів.</p>
<i>Матеріально – технічне забезпечення</i>	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребам. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в</p>

	гуртожитках відповідає вимогам. Для проведення практичних та лабораторних робіт, інформаційного пошуку та обробки результатів наявні спеціалізовані комп'ютерні класи факультету з необхідним програмним забезпеченням та необмеженим відкритим доступом до мережі Інтернет.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	<ul style="list-style-type: none"> - офіційний сайт УжНУ: http://uzhnu.edu.ua/; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - віртуальне навчальне середовище Moodle; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу - навчально-методичні комплекси дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; - методичні вказівки щодо виконання курсових проєктів(робіт), дипломних проєктів (робіт);
Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників у вітчизняних вищих навчальних закладах вищої освіти на основі двосторонніх договорів між Ужгородським національним університетом та університетами України.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	<p>Угода щодо семестрового академічного обміну між Академією ім. Яна Длугоша в Ченстохові, (Польща);</p> <p>Договір з Вищою школою економіки та менеджменту державного управління м. Братислава (Словаччина);</p> <p>Меморандум про співробітництво з Пряшівським університетом у м. Пряшів (Словаччина).</p>
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Можливе навчання іноземних громадян. Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком.

Гарант освітньої програми: к.е.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування маркетингу та менеджменту Зарічна О.В.