

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор

Херсонського національного
технічного університету

Ю.М. Бардачов

« 29 » 05 2020 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Назва освітньо-професійної програми	МАРКЕТИНГ
Освітній рівень	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Галузь знань	07 – «Управління і адміністрування»
Спеціальність	075 – «Маркетинг»
Спеціалізація	
Кваліфікація	Бакалавр маркетингу

СХВАЛЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ ХНТУ

протокол № 7 від « 29 » 05 2020 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2020 р.

Херсон – 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Рівень вищої освіти
Спеціальність
Галузь знань
Кваліфікація

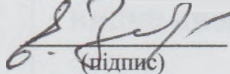
Перший (бакалаврський)
075 «Маркетинг»
07 «Управління і адміністрування»
бакалавр маркетингу

СХВАЛЕНО:

Групою забезпечення спеціальності
075 «Маркетинг»

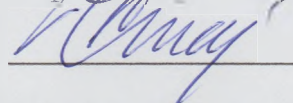
Протокол № 3 від
« 06 » 03 2020 р.

Керівник ГЗ спеціальності

 Зайцева О.І.
(підпис) (ПІБ)

ПОГОДЖЕНО:

Проректор з навчальної роботи

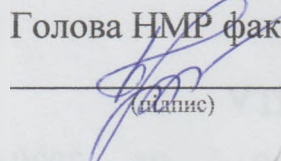
 Н.В. Старун

РЕКОМЕНДОВАНО:

Науково-методичною радою
факультету Міжнародних
економічних відносин, управління і
бізнесу

Протокол № 6 від
« 21 » 04 2020 р.

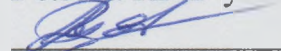
Голова НМР факультету

 А.В. Софієнко
(підпис)

Науково-методичною радою
університету

Протокол № 5 від
« 20 » 05 2020 р.

Голова НМР університету

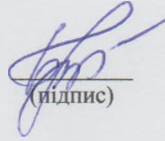
 Ю.Г. Розов

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

Гарант освітньої програми (керівник робочої групи):

- 1 Доцент кафедри менеджменту,
маркетингу і туризму
Херсонського національного
технічного університету,
к.е.н., доцент

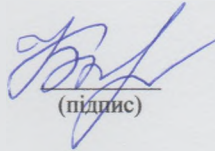


(підпис)

Софієнко Альона Володимирівна
(ПІБ, повністю)

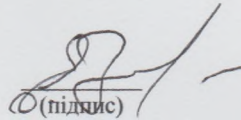
Члени робочої групи:

- 2 Професор кафедри менеджменту,
маркетингу і туризму
Херсонського національного
технічного університету,
д.е.н., доцент
- 3 Професор кафедри менеджменту,
маркетингу і туризму
Херсонського національного
технічного університету,
к.е.н., доцент



(підпис)

Корчевська Лілія Олександрівна
(ПІБ, повністю)

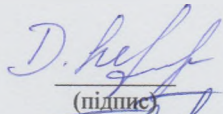
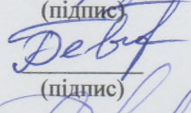
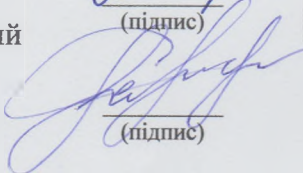


(підпис)

Зайцева Олена Іванівна
(ПІБ, повністю)

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Херсонського національного технічного університету.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

- | | | | |
|---|--|---|---|
| 1 | Заступник директора
ТОВ «ТРАНСЛОЙД» | 
(підпис) | <u>Ігнатейко Дмитро Миколайович</u>
(ПІБ, повністю) |
| 2 | Директор ПАТ «Каховський
експериментальний механічний
завод» | 
(підпис) | <u>Бжезицький Ігор Володимирович</u>
(ПІБ, повністю) |
| 3 | Директор з персоналу
ТОВ «Автопланета Плюс» | 
(підпис) | <u>Крамаровська Лариса Петрівна</u>
(ПІБ, повністю) |

1. Профіль програми

спеціальність 075 «Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу (кафедри)	Херсонський національний технічний університет Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу / англійською мовою	Бакалавр маркетингу Bachelor of Marketing
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний ступінь, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; 120 кредитів ЄКТС на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», термін навчання 1 рік 10 місяців
Організація, що акредитує	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта, освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст»
Мова викладання	українська мова
Термін дії освітньої програми	Вводиться в дію з 01.09.2020 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/27930
2 – Мета освітньої програми	
Мета освітньої програми	Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, здатних 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.
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область спеціальності	<p>Об'єкт 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</p>

	<p>діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна</p> <p>Програма базується на загальновідомих результатах із врахуванням стану сучасних досліджень актуальних проблем маркетингу.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Основний фокус освітньої програми полягає у підготовці фахівців до набуття і розвитку професійних компетентностей в галузі управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>Ця програма узагальнює вимоги з боку держави, світового співтовариства та споживачів випускників до змісту вищої освіти. Програма відображає соціальне замовлення на підготовку фахівця з урахуванням аналізу професійної діяльності та вимог до змісту вищої освіти з боку держави, окремих замовників фахівців та власного ведення бізнесу.</p> <p>Освітня програма встановлює галузеві кваліфікаційні вимоги до комерційної та соціально-виробничої діяльності випускників вищого навчального закладу зі спеціальності «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня і державні вимоги до властивостей та якостей особи, що здобула певний освітній рівень відповідного фахового спрямування.</p> <p>Ключові слова: агент, асортимент, аукціон, бенчмаркінг, бренд, брокер, демаркетинг, дилер, елімінація, комівояжер, конверсійний маркетинг, конгломератна диверсифікація, контролінг, лайтпостер, логотип, макромаркетинг, маркетингова логістика, підтримуючий маркетинг, продукт, пропаганда, реінжиніринг, реклама, ремаркетинг, товар, упаковка, франчайзинг, ціна, якість, ярмарок.</p>
Особливості програми	<p>Концепція та освітня програма підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня відповідає стандартній освітній програмі підготовки бакалаврів у більшості університетів світу. Освітня програма в рамках університетських підписаних угод щодо європейської науково-освітньої інтеграції надає змогу майбутнім бакалаврам пройти стажування за кордоном та включає в себе програму академічної мобільності.</p>
<p>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
Придатність до працевлаштування	<p>Професійна діяльність як 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.</p> <p>Випускники можуть працювати за професіями згідно з Національним класифікатором професій ДК 003:2010:</p> <p>1233 Начальник відділу збуту (маркетингу) 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту</p>

	<p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 3415 Представник торговельний 3415 Мерчендайзер 3429 Представник з реклами</p>
Подальше навчання	Випускники мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Освітня програма забезпечує студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійні лекції, інтерактивні лекції, семінари, практичні заняття, лабораторні роботи, самостійне навчання, індивідуальні заняття тощо.</p>
Оцінювання	Тестування знань, презентації, письмові та усні заліки, письмові та усні екзамени, звіти з практичних робіт, звіти про практику, контрольні роботи, поточний контроль, захист курсових робіт, захист кваліфікаційної роботи бакалавра.
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)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <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.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і</p>

	<p>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>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність щодо визначення та ідентифікування концептуальних характеристик загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.</p> <p>ФК2. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК5. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК6. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК7. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК11. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК12. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.</p> <p>ФК13. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК14. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК15. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК16. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання (ПРН)</p>	
<p>Результатами навчання є сукупність знань, умінь, навичок, інших компетенцій, набутих особою у процесі навчання за освітньо-професійною програмою, які можна ідентифікувати,</p>	

кількісно оцінити та виміряти, а саме:

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

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучаються наукові та науково-педагогічні які мають стаж науково-педагогічної діяльності понад два роки, кваліфікацію відповідно дисциплін, які викладаються, а також рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів з перелічених у пункті 30 Ліцензійних умов. Науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютеризованих класів, проекційної техніки, спеціалізованих лабораторій, стендів та

		використання сучасних прикладних програм: Microsoft Office, Microsoft Visual Studio, STATISTICA, SPSS.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення		Використання віртуального навчального середовища, бізнес-кейсів та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність		
Національна мобільність	кредитна	На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між Херсонським національним технічним університетом та технічними університетами України.
Міжнародна мобільність	кредитна	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між Херсонським національним технічним університетом та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти		Можливе, після вивчення курсу української мови.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код навчальної дисципліни	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Нормативні компоненти ОП			
НК 01	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3,0	екзамен
НК 02	Історія та соціальна культура України	5,0	екзамен
НК 03	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	5,0	залік, екзамен
НК 04	Філософія	4,0	екзамен
НК 05	Безпека життєдіяльності	3,0	екзамен
НК 06	Право і політологія	3,0	залік
НК 07	Вища та прикладна математика	6,0	залік, екзамен
НК 08	Статистика	5,0	екзамен
НК 09	Інформаційні системи та технології	4,0	екзамен
НК 10	Економічна теорія, в тому числі:	6,0	
НК 10.1	<i>Основи економічної теорії (3 кред.)</i>		залік
НК 10.2	<i>Мікроекономіка, макроекономіка (3 кред.)</i>		екзамен
НК 11	Прогнозування та моделювання в маркетингу	5,0	екзамен
НК 12	Менеджмент	5,0	екзамен
НК 13	Маркетингові дослідження	3,0	екзамен
НК 14	Маркетинг послуг	3,0	екзамен
НК 15	Маркетинг ціноутворення	4,0	екзамен
НК 16	Реклама та стимулювання збуту	3,0	залік
НК 17	Інтерактивний маркетинг	4,0	екзамен
НК 17.1	<i>в тому числі КР з дисц. "Інтерактивний маркетинг"</i>		
НК 18	Інфраструктура товарного ринку	3,0	екзамен
НК 19	Організація і планування збутової діяльності	4,0	екзамен
НК 20	Фінанси, гроші та кредит	3,0	екзамен
НК 21	Економіка і фінанси підприємства	4,0	екзамен
НК 22	Облік і аудит	4,0	екзамен
НК 23	Маркетинг	8,0	залік, екзамен
НК 23.1	<i>в тому числі КР з дисц. "Маркетинг"</i>		
НК 24	Маркетингова товарна політика	4,0	екзамен
НК 25	Маркетингові комунікації	4,0	екзамен

НК 26	Вступ до фаху в маркетингу	5,0	залік
НК 27	Основи наукових досліджень	3,0	залік
НК 28	Основи підприємництва	5,0	залік
НК 29	Комунікативні технології в бізнесі	5,0	залік
НК 30	Основи ділових комунікації	3,0	залік
НК 31	Цифровий маркетинг	3,0	залік
НК 32	Професійні компетенції в маркетингу	3,0	екзамен
НК 33	Управління споживчою вартістю і асортиментом товарів	6,0	екзамен
НК 33.1	<i>КР з дисц. "Управління споживчою вартістю і асортиментом товарів"</i>		
НК 34	Матеріально-технічне забезпечення	5,0	екзамен
НК 34.1	<i>КР з дисц. "Матеріально-технічне забезпечення"</i>		
НК 35	Поведінка споживача	3,0	екзамен
НК 36	Маркетинг промислових підприємств	4,0	екзамен
НК 36.1	<i>КР з дисц. "Маркетинг промислових підприємств"</i>		
НК 37	Логістика	5,0	екзамен
НК 38	Мерчандайзінг	4,0	екзамен
НК 39	Конкурентоспроможність підприємства	3,0	залік
НК 40	Міжнародний маркетинг	3,0	залік
Практична підготовка		6,0	
НК 41	<i>Виробнича практика</i>	3,0	
НК 42	<i>Виробнича (переддипломна) практика</i>	3,0	
Атестація здобувачів вищої освіти		9,0	
НК 43	<i>Кваліфікаційна робота бакалавра</i>	9,0	
Загальний обсяг нормативних компонент		180,0	
Вибіркові компоненти ОП			
Вибір з каталогу			
ВК 01	Дисципліна 1	4,0	залік
ВК 02	Дисципліна 2	4,0	залік
ВК 03	Дисципліна 3	4,0	залік
ВК 04	Дисципліна 4	4,0	залік
ВК 05	Дисципліна 5	4,0	залік
ВК 06	Дисципліна 6	4,0	залік
ВК 07	Дисципліна 7	4,0	залік
ВК 08	Дисципліна 8	4,0	залік
ВК 09	Дисципліна 9	4,0	залік
ВК 10	Дисципліна 10	4,0	залік
Разом		40,0	
Пакетна програма			
ПП 01	Дисципліна 1	5,0	залік
ПП 02	Дисципліна 2	5,0	залік
ПП 03	Дисципліна 3	5,0	залік
ПП 04	Дисципліна 4	5,0	залік
Разом за пакетною програмою		20,0	
Загальний обсяг вибірових компонент		60,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<p>Форми атестації здобувачів вищої освіти</p>	<p>Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p>
<p>Вимоги до кваліфікаційної роботи</p>	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.</p> <p>Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності 075 «Маркетинг»

В умовах розвитку ринкових відносин маркетингова діяльність відіграє все більшу роль у діяльності сучасних підприємств. Для утримання позицій на ринку, забезпечення збуту продукції підприємство вдається до маркетингових заходів, що сприяють його ефективному функціонуванню.

В цілому, підприємства й організації Херсонської області мають постійну потребу в поповненні кадрового складу сучасними фахівцями з маркетингу, які зможуть забезпечити створення служби збору інформації, проведення досліджень ринку, організацію реклами, збутових операцій і обслуговування таким чином, щоб забезпечити максимальну ефективність при оптимальних витратах на маркетинг.

Підготовка бакалаврів галузі «Управління та адміністрування» в Херсонському національному технічному університеті є важливою, сучасною та відповідає практичним вимогам сьогодення та подальшої перспективи розвитку.

Представлена до розгляду освітньо-професійна програма «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму факультету міжнародних економічних відносин, управління та бізнесу Херсонського національного технічного університету Міністерства освіти і науки України дозволяє забезпечити сучасну, всебічну й якісну теоретичну та практичну фахову підготовку бакалаврів маркетингу, їхнє працевлаштування та подальше професійне вдосконалення.

Рецензована освітньо-професійна програма має необхідні структурні та змістовні складові, відображає вимоги до випускників спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та може бути рекомендована для практичного використання.

Заступник директора
ТОВ «ТРАНСЛОЙД»



Д.М. Ігнатейко

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності 075 «Маркетинг»

Сучасні тенденції, що мають місце в економіці України, обумовлені підвищеною динамікою маркетингового середовища, зміщенням акцентів уваги у бік кінцевого споживача з метою задоволення його вимог та потреб, загостренням конкурентної боротьби між вітчизняними та зарубіжними підприємствами, інформатизацією управлінської діяльності, вимагають від підприємств пошуку адекватних механізмів реагування на зміни. У зв'язку з цим для забезпечення стратегічного розвитку підприємствам необхідно значну увагу приділяти залученню фахівців з маркетингу, які зможуть забезпечити розробку маркетингових стратегій, а також своєчасно їх оптимізувати та підвищувати їх якість.

Підготовка бакалаврів галузі «Управління та адміністрування» в Херсонському національному технічному університеті є важливою, сучасною та відповідає практичним вимогам сьогодення та подальшої перспективи розвитку.

Представлена до розгляду освітньо-професійна програма «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму факультету міжнародних економічних відносин, управління та бізнесу Херсонського національного технічного університету Міністерства освіти і науки України дозволяє забезпечити сучасну, всебічну й якісну теоретичну та практичну фахову підготовку бакалаврів маркетингу, їхнє працевлаштування та подальше професійне вдосконалення.

Рецензована освітньо-професійна програма має необхідні структурні та змістовні складові, відображає вимоги до випускників спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та може бути рекомендована для практичного використання.

Директор
ПАТ «Каховський
експериментальний
механічний завод»



Бжезицький Ігор Володимирович

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності 075 «Маркетинг»

Більшість рішень, які приймає будь-яка компанія, стосується сфери маркетингу. Тому багато вітчизняних підприємств вже відчули нагальну потребу створення спеціальних підрозділів для вивчення ринку, формування портфеля замовлень, стимулювання збуту і реалізації інших функцій маркетингу. Створення цих відділів сприяє залученню фахівців з маркетингу, яку можуть забезпечити належне економічне обґрунтування та врахування індивідуальних особливостей самого підприємства. Саме фахівець з маркетингу поєднує окремі маркетингові рішення в єдину систему дій, спрямовану на реалізацію маркетингової стратегії, а функціонування відділу маркетингу, що створюється, координується з виробничою та фінансовою діяльністю підприємства. Від ефективної системи маркетингових стратегій залежить успіх підприємства та його конкурентоспроможність в агресивному ринковому середовищі.

У зв'язку з вищезазначеним, підготовка бакалаврів галузі «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» в Херсонському національному технічному університеті є важливою, сучасною та відповідає практичним вимогам сьогодення.

Представлена до розгляду освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму факультету міжнародних економічних відносин, управління та бізнесу Херсонського національного технічного університету Міністерства освіти і науки України дозволяє забезпечити сучасну, всебічну й якісну теоретичну та практичну фахову підготовку бакалаврів маркетингу, їхнє працевлаштування та подальше професійне вдосконалення.

Рецензована освітньо-професійна програма має необхідні структурні та змістовні складові, відображає вимоги до випускників спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та може бути рекомендована для практичного використання.

Директор з персоналу
ТОВ «Автопланета Плюс»



Л.П. Крамаровська