

**ПРОЄКТ**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Протокол засідання вченої ради  
Українського державного  
університету залізничного  
транспорту

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р. № \_\_\_

Ввести в дію  
з 2022/2023 навчального року

Ректор

\_\_\_\_\_ С.В. Панченко

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ**

Рівень вищої освіти:	перший
Ступінь вищої освіти:	бакалавр
Галузь знань:	07 Управління і адміністрування
Спеціальність:	075 Маркетинг

Харків – 2022 р.

## 1. Преамбула

Законом України «Про вищу освіту» встановлено, що:

1) освітньо-професійна програма – єдиний комплекс освітніх компонентів (навчальних дисциплін, індивідуальних завдань, практик, контрольних заходів тощо), спрямованих на досягнення передбачених такою програмою результатів навчання, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій);

2) стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми: обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання;

перелік обов'язкових компетентностей випускника;

нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;

форми атестації здобувачів вищої освіти;

вимоги до створення освітніх програм підготовки за галуззю знань, двома галузями знань або групою спеціальностей (у стандартах рівня молодшого бакалавра), міждисциплінарних освітньо-професійних програм (у стандартах магістра та доктора філософії);

вимоги професійних стандартів (за їх наявності);

3) освітня програма повинна містити:

перелік освітніх компонентів, їх логічну послідовність;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою;

кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти;

4) заклад вищої освіти на підставі відповідної освітньої програми розробляє навчальний план, що визначає перелік та обсяг освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, їх логічну послідовність, форми організації освітнього процесу, види та обсяг навчальних занять, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю, що забезпечують досягнення здобувачем відповідного ступеня вищої освіти програмних результатів навчання. На основі навчального плану у визначеному закладом вищої освіти порядку для кожного здобувача вищої освіти розробляються та затверджуються індивідуальні навчальні плани на кожний навчальний рік.

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління і адміністрування для першого (бакалаврського) рівня, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Розроблено проєктною групою спеціальності 075 «Маркетинг» Українського державного університету залізничного транспорту у складі:

ДЕРГОУСОВА Алла Олександрівна	– керівник проєктної групи; доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії, кандидат екон. наук;
НЕСКУБА Тетяна Володимирівна	– доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії кандидат екон. наук;
АЛЕКСАНДРОВА Олена Юріївна	– доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії, кандидат екон. наук.

з залученням та врахуванням позицій і потреб таких стейкхолдерів:

ТРОЙНИКОВ Дмитро Сергійович	– Регіональна філія «Південна залізниця» АТ «Укрзалізниця» Служба комерційної роботи та маркетингу виробничого підрозділу
ЗАЦЕРКОВНИЙ Денис Миколайович	Представник Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
ТОВКІС Іван Володимирович	– Головний менеджер управитель зі збуту, БСХ «Побутова техніка»
БОРОВСЬКА Ольга Геннадіївна	Заступник міського голови з питань діяльності виконавчих органів Жмеринської міської ради
ГОРОДОВІКОВА Ганна Романівна	- студентка 3- курсу бакалаврського рівня підготовки

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений:

- 1) на засіданні кафедри маркетингу від «20» грудня 2021 р (протокол № 8);
- 2) науково-методичної комісії економічного факультету від «24» грудня 2021р (протокол № 5);
- 3) вченої ради економічного факультету від «28» грудня 2021 р. (протокол 6);
- 4) затверджено на засіданні вченої ради Українського державного університету залізничного транспорту від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р. (протокол №\_\_ ).

## 2. Профіль освітньо-професійної програми «Соціальні мережі та медіакомунікації»

### 1. Загальна характеристика

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07 Управління і адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Соціальні мережі та медіакомунікації
<b>Опис предметної області</b>	<p><b>Об’єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність підприємств, у тому числі державних акціонерних товариств, яка забезпечує формування, реалізацію та удосконалення їх комунікаційної політики для забезпечення конкурентних переваг в умовах ринкової економіки</p> <p><b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, організаційними, аналітичними, комунікаційними, проєктними, управлінськими та професійними компетентностями необхідними для провадження ефективної системи комунікації для забезпечення конкурентоспроможної маркетингової діяльності підприємства, у тому числі державних акціонерних товариств.</p> <p><b>Теоретичний зміст</b> включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом;</li> <li>- понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови;</li> <li>- специфіка маркетингової діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків, у тому числі в</li> </ul>

	<p>державних акціонерних товариствах;</p> <p>- зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових <b>інтернет</b>-стратегій та формування управлінських рішень у сфері комунікаційної політики, у тому числі для державних акціонерних товариств.</p> <p><b>Методи, методики, підходи та технології:</b></p> <p>загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної комунікаційної політики при здійсненні маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b></p> <p>сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень в частині провадження комунікаційної політики підприємств за допомогою соціальних мереж та <b>медіа</b>комунікацій</p>
<b>Академічні та професійні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>Кількість семестрів/років навчання</b>	8/4 (6/3)

**2.2 Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітньо-професійною програмою:** наявність повної загальної середньої освіти, освітнього ступеня молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста).

**2.3 Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти**

Обсяг освітньої програми бакалавра	<p>- на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</p> <p>- 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; -</p>
------------------------------------	--

	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.
--	---

## 2.4 Перелік компетентностей випускника

<b>Інтегральна компетентність</b>	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.	
<b>Загальні компетентності</b>	ЗК 1	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.
	ЗК 2	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.
	ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК 4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
	ЗК 5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
	ЗК 6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК 7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, у тому числі для ринку транспортних

		послуг.
	ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
	ЗК 9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
	ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
	ЗК 11	Здатність працювати в команді.
	ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
	ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
	ЗК 15	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	СК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	СК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	СК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі, у тому числі на залізничному транспорті.
	СК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	СК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу, у тому числі в діяльність підприємств залізничного транспорту.
	СК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	СК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської

	діяльності ринкових суб'єктів будь яких галузей.
СК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
СК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності, у тому числі для підприємств залізничного транспорту.
СК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
СК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (з врахуванням особливостей залізничної галузі).
СК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
СК 15	Здатність застосовувати сучасні маркетингові концепції, методи і технології в сфері комунікаційної політики державних акціонерних товариств за допомогою соціальних мереж та медіакомунікацій для здійснення ефективної маркетингової діяльності в умовах ринкової економіки

## **2.5 Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

Програмні результати навчання:

РН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі



застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності, у тому числі на ринку транспортних послуг.

РН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі для підприємств залізничного транспорту.

РН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на транспортному ринку.

РН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, у тому числі в сфері залізничного транспорту, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, у тому числі на залізничному транспорті, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

РН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта, транспортної галузі.

РН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

РН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

РН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН 15. 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.

РН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації

державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

РН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

РН 19. Здійснювати ефективну комунікаційну політику державних акціонерних товариств за допомогою соціальних мереж та медіакомунікацій з врахуванням особливостей їх діяльності, а саме: аналізу і прогнозування ринку, розрахунку витрат і встановлення ефективності використання інструментів комунікації, планування і управління заходами проведення комунікаційної політики за допомогою соціальних мереж та телекомунікацій

Відповідність результатів навчання та компетентностей наведена в таблиці 1, відповідність результатів навчання та освітніх компонент – в таблиці 2.

## **2.6 Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання освітньо-професійної програми та здобуття відповідного ступеня вищої освіти**

Обсяг освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг»:

- на базі повної середньої освіти та диплома молодшого спеціаліста – 240 кредитів ЄКТС.

Термін навчання:

на базі повної середньої освіти:

очна форма – 3 роки 10 місяців;

заочна форма – 4 роки 10 місяців;

на базі диплома молодшого спеціаліста:

очна форма – 3 роки;

заочна форма – 3 роки.

Мінімум 35% обсягу освітньої програми спрямовано на здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, визначених Стандартом вищої освіти: перший (бакалаврський рівень), галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджених та введених в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Обсяг дисциплін вільного вибору студентів за освітньо-професійною програмою становить не менше 25 % загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених освітньою програмою.

## **3. Перелік освітніх компонентів та їх логічна послідовність**

№ з/п	Освітня компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Тривалість вивчення (у семестрах)	Форма підсумкового контролю
-------	--------------------	-------------------------	-----------------------------------	-----------------------------

<b>1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>				
ОК 01	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	1	екзамен
ОК 02	Історія України та української культури	4	1	залік
ОК 03	Іноземна мова	6	2	залік, екзамен
ОК 04	Філософія	3	1	екзамен
ОК 05	Фізичне виховання*		4	залік
ОК 06	Політична економія	5	1	екзамен
ОК 07	Мікроекономіка	5	1	екзамен
ОК 08	Макроекономіка	5	1	екзамен
ОК 09	Вища та прикладна математика	8	2	залік, екзамен
ОК 10	Інформатика	5	1	екзамен
ОК 11	Системи технологій залізничного транспорту	3	1	залік
ОК 12	Історія залізничного транспорту	3	1	залік
ОК 13	Регіональна економіка	5	1	екзамен
ОК 14	Ділова риторика	3	1	залік
ОК 15	Статистика	4	1	екзамен
ОК 16	Оптимізаційні методи та моделі	5	1	залік
	Мова навчання для соціально-побутового спілкування)*		1-8	залік
	Практикум з іноземної мови**		1	залік
	<b>Всього</b>	<b>67</b>		
<b>Дисципліни вільного вибору студента циклу загальної підготовки</b>				
ВК 01	Дисципліна 1	3	1	залік
ВК 02	Дисципліна 2	3	1	залік
ВК 03	Дисципліна 3	3	1	залік
ВК 04	Дисципліна 4	3	1	залік
ВК 05	Дисципліна 5	3	1	залік
ВК 06	Дисципліна 6	3	1	залік
ВК 07	Дисципліна 7	3	1	залік
ВК 08	Дисципліна 8	3	1	залік
ВК 09	Дисципліна 9	3	1	залік
	<b>Всього</b>	<b>27</b>		

	Загальний обсяг освітніх компонент циклу	<b>94</b>		
<b>2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>				
ОК 17	Вступ до фаху	3	1	залік
ОК 18	Рекламний креатив	3	1	залік
ОК 19	Економіка підприємства	4	1	екзамен
ОК 20	Менеджмент	3	1	екзамен
ОК 21	Маркетинг	11	2	залік, екзамен
ОК 22	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1	-	захист
ОК 23	Маркетинговий розвиток цифрового ринку	3	1	залік
ОК 24	Фінанси	3	1	екзамен
ОК 25	Бухгалтерський облік	4	1	екзамен
ОК 26	Міжнародна економіка	3	1	екзамен
ОК 27	Нейромаркетинг	4	1	екзамен
ОК 28	Контент-маркетинг та копирайтинг	3	1	
ОК 29	Маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства	4,5	1	екзамен
ОК 30	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства»	1	-	захист
ОК 31	Маркетингове ціноутворення	4	1	екзамен
ОК 32	Маркетингова товарна політика	4	1	екзамен
ОК 33	Маркетингові дослідження цифрового ринку	5	1	екзамен
ОК 34	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження цифрового ринку»	1	-	захист
ОК 35	Маркетингові комунікації	5	1	екзамен
ОК 36	Digital-маркетинг	4	1	екзамен
ОК 37	Маркетингова аналітика	4	1	залік

ОК 38	Поведінка цільової аудиторії	4	1	екзамен
ОК 39	Маркетингове стратегічне планування в цифровому середовищі	4	1	екзамен
ОК 40	Курсова робота з дисципліни «Маркетингове стратегічне планування в цифровому середовищі»	1	-	захист
ОК 41	Управління інтернет-продажами	4	1	екзамен
ОК 42	Паблік рилейшенз	4	1	екзамен
ОК 43	Інтернет технології в маркетингу	4	1	залік
	Всього	<b>98,5</b>	-	-
<b>Дисципліни вільного вибору студента циклу професійної підготовки</b>				
ВК 01	Дисципліна 1	6	1	залік
ВК 02	Дисципліна 2	6	1	залік
ВК 03	Дисципліна 3	6	1	залік
ВК 04	Дисципліна 4	6	1	залік
ВК 05	Дисципліна 5	6	1	залік
ВК 06	Дисципліна 6	6	1	залік
	Всього	<b>36</b>	-	-
	Загальний обсяг освітніх компонент циклу	<b>134,5</b>	-	-
ОК 44	Навчальна практика	<b>3</b>		
ОК 45	Навчальна (маркетингово-економічна практика)	<b>3</b>		
ОК 46	Виробнича практика (практика з маркетингу)	<b>4</b>		
ОК 47	Атестаційний екзамен	<b>1,5</b>	-	захист
	<b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми</b>	<b>240</b>	-	-

\* - позакредитна дисципліна;

\*\* - позакредитна дисципліна, тільки для студентів іноземців.

Логічна послідовність вивчення освітніх компонент визначається їх черговістю за початком вивчення (для освітніх компонент, які вивчаються протягом кількох семестрів початок вивчення освітніх компонент визначається

першим семестром їх вивчення). Освітні компоненти наступної черги не можуть вивчатися до або одночасно з початком вивчення освітніх компонент попередньої черги.

Черговість вивчення освітніх компонент:

1) освітні компоненти першої черги:

українська мова;

історія України та української культури;

іноземна мова;

фізичне виховання;

політична економія;

мікроекономіка;

вища та прикладна математика;

інформатика

історія залізничного транспорту;

маркетинговий розвиток цифрового ринку;

системи технологій залізничного транспорту;

регіональна економіка;

вступ до фаху;

маркетинг;

рекламний креатив;

мова навчання для соціально-побутового спілкування)

2) освітні компоненти другої черги:

маркетинг;

оптимізаційні методи і моделі;

бухгалтерський облік;

філософія;

макроекономіка;

нейромаркетинг;

ділова риторика;

статистика;

маркетингові дослідження цифрового ринку;

контент маркетингу та копирайтинг;

навчальна практика;

3) освітні компоненти третьої черги:

економіка підприємства;

digital-маркетинг;

соціальний медіа-маркетинг (SMM);

менеджмент;

фінанси;

міжнародна економіка;

маркетингова аналітика;

паблік рилейшенз;

навчальна (маркетингово-економічна) практика;

4) освітня компонента четвертої черги:

маркетингові комунікації;

управління інтернет-продажами;  
 поведінка цільової аудиторії;  
 маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства;  
 маркетингове ціноутворення;  
 маркетингова товарна політика;  
 маркетингове стратегічне планування в цифровому середовищі ;  
 інтернет технології в маркетингу;  
 практикум з іноземної мови;  
 виробнича практика (практика з маркетингу);  
 5) освітня компонента п'ятої черги:  
 атестація у формі атестаційного екзамена;  
 б) черговість вивчення інших освітніх компонент визначається навчальним планом.

#### 4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі єдиного державного кваліфікаційного екзамену (атестаційного екзамену).
<b>Вимоги до державного кваліфікаційного екзамену</b>	Єдиний державний кваліфікаційний екзамен (атестаційний екзамен) має перевіряти досягнення результатів навчання.

#### 5. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Українському державному університеті залізничного транспорту функціонує система забезпечення 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 закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, 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 освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію;

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників і здобувачів вищої освіти.

## **6. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти**

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Український державний університет залізничного транспорту проводить підготовку магістрів за спеціальністю 075 Маркетинг.

Діяльність закладу вищої освіти базується 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 заклад вищої освіти, органів управління закладу вищої освіти та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів).

### **Перелік використаних джерел**

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

2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>







Таблиця 3 – Матриця відповідності загальних компетентностей освітнім компонентам

Загальні компетентності (ЗК)	Освітні компоненти (ОК)																																																							
	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	ОК38	ОК39	ОК40	ОК41	ОК42	ОК43	ОК44	ОК45	ОК46	ОК47									
ЗК 1	+	+		+	+								+		+			+	+			+	+								+	+																	+							
ЗК 2	+	+		+	+								+		+			+	+			+	+	+	+	+	+				+	+																				+				
ЗК 3				+		+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+		+	+		+		+											+		+	+		
ЗК 4	+		+						+	+			+		+		+	+			+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+					+	+						+	+					
ЗК 5					+										+			+	+			+	+									+	+	+	+				+											+	+	+				
ЗК 6																+		+		+		+	+					+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ЗК 7						+	+	+						+				+	+	+		+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ЗК 8						+	+	+	+	+		+		+	+		+	+				+	+								+	+			+	+			+										+	+			+	+		
ЗК 9									+	+		+					+	+				+	+								+	+			+	+	+		+	+														+		
ЗК 10				+																		+	+					+			+	+																								
ЗК 11	+		+												+			+	+	+	+	+	+					+			+	+			+	+	+														+					
ЗК 12			+	+		+	+	+						+								+	+	+							+	+	+	+	+	+	+														+	+				
ЗК 13			+																	+		+	+					+			+	+																			+					
ЗК 14				+		+	+	+						+					+	+	+	+	+	+				+			+	+	+	+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК15																+			+										+	+	+		+	+			+	+		+											+	+	+	+	+	



Керівник проєктної групи,  
доцент кафедри маркетингу,  
комерційної діяльності  
та економічної теорії

Алла ДЕРГОУСОВА

Професор кафедри маркетингу,  
комерційної діяльності  
та економічної теорії

Олена ЗОРІНА

Доцент кафедри маркетингу,  
комерційної діяльності  
та економічної теорії

Олена СИВОЛОАСЬКА

Голова органу студентського  
самоврядування  
економічного факультету

Валерія ІГНАТЕНКО