

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА**

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішенням Вченої ради
Факультету економіки та управління
19 вересня 2024 р., протокол № 7
Голова Вченої ради
_____ А.В. Шлапак



ЗМІНИ ДО ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

075.00.01 «Маркетинг та цифрові комунікації»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Галузь знань:	07 Управління та адміністрування
Спеціальність:	075 Маркетинг
Кваліфікація:	Бакалавр маркетингу

Введено в дію з 01.10.2024
(наказ від 26.09.2024 № 751)

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
змін до освітньо-професійної програми
«Маркетинг та цифрові комунікації»

Розроблено і погоджено робочою групою у складі:

Іващенко Оксана Андріївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (керівник робочої групи, гарант освітньої програми);

Шлапак Алла Василівна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

Жукова Юлія Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

Лойко Єлизавета Миколаївна, магістр маркетингу, аспірантка кафедри міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

Корнєва Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук, директор з маркетингу ТОВ «Listat Software».

Кафедра міжнародної економіки

Протокол від 27.08.2024 р. № 17

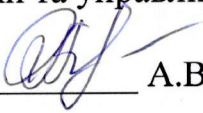
Завідувач кафедри

 А.В. ШЛАПАК

Вчена рада Факультету економіки та управління

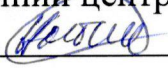
Протокол від 19.09.2024 р. № 7

Голова Вченої ради

 А.В. ШЛАПАК

Науково-методичний центр стандартизації та якості освіти

Завідувач

 Є.Б. АНТИПІН

23.09.2024 р.

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

 О.Б. ЖИЛЬЦОВ

23.09.2024 р.

Актуалізовано:

Дата перегляду ОП / внесення змін до ОП	20.09.2024			
Підпис				
ПІБ гаранта ОП	Іващенко О.А.			

ОБҐРУНТУВАННЯ

Зміни до Освітньо-професійної програми розроблені на підставі Наказу Міністерства освіти і науки України від 13 червня 2024 р. №842 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти». На виконання п. 29 Наказу у ОПП «Маркетинг та цифрові комунікації» першого бакалаврського рівня розділ I. Профіль освітньої програми п.6 «Програмні компетентності» позицію «Загальні компетентності (ЗК)» доповнено «ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності».

Це викликало необхідність внесення змін до Матриці відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та до змісту робочих програм окремих навчальних дисциплін з метою приведення їх у відповідність до сучасного стану галузі та підвищення якості освіти за програмою.

Зміни внесено у:

- розділ I. Профіль освітньої програми п. 6 «Програмні компетентності»;
- розділ IV. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.

Інші складові частини ОПП не підлягали перегляду.

Виклад розділу I п. 6 та частини IV, у які було внесено зміни, наведено нижче.

**1. Профіль освітньої програми
«Маркетинг та цифрові комунікації»
спеціальності 075 «Маркетинг»**

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)	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. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

	СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СКУ15. Здатність використовувати інструменти цифрових комунікацій при розробленні системи збуту та просування товарів, послуг та брендів, а також створювати якісне інформаційне наповнення у мережі Інтернет про ринкових суб'єктів, товари та послуги з метою формування потрібного іміджу. СКУ16. Здатність розуміти специфіку формування рекламного продукту та необхідності впровадження новітніх інноваційних практик у сфері реклами і PR. СКУ17. Здатність розробляти та просувати муніципальний бренд з використання сучасних цифрових комунікацій задля формування привабливості та позитивного іміджу міста.
--	--

IV. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

[illegible]

Позначки програмних компетент- ностей та освітніх компонентів	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	
СКУ15																					*		*	*	*			*	*			*	
СКУ16																							*	*	*	*							*
СКУ17																										*							*