

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«Ужгородський національний університет»

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Протокол Вченої ради  
ДВНЗ «Ужгородський  
національний університет»

02.07. 2024 р. № 8

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг

Галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

УВЕДЕНО В ДІЮ  
Наказ ректора ДВНЗ  
«Ужгородський національний  
університет»

03.07. 2024 р. № 337/01-04

ЗМІНИ ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Протокол Вченої ради ДВНЗ «УжНУ»

28.01. 2025 р. № 1

УВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ ректора ДВНЗ «УжНУ»

28.01. 2025 р. № 181/01-04

Ужгород 2025

АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ  
освітньо-професійної програми  
«Маркетинг»

1. Ректор

28. 01.



2025 р.

Володимир СМОЛАНКА

2. Гарант освітньо-професійної

програми

29. 11. 2024 р.

Святослав ЖУКОВ

3. Декан структурного підрозділу

29. 11. 2024 р.

Віталій АНДРЕЙКО

4. Керівник робочої групи

29. 11. 2024 р.

Святослав ЖУКОВ

5. Начальник навчальної частини

27. 01. 2025 р.

Анатолій ШТИМАК

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до:

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII;
- Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти та шостому рівню Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 22.06.2020 р. №519);
- стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., №1343);
- Наказу Міністерства освіти і науки України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» (затверджено 13.06.2024 р, №842);
- Наказу ДВНЗ «УжНУ» «Про внесення змін до освітньо-професійних програм та навчальних планів підготовки здобувачів на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти 2024 року вступу» від 31.10.2024 р., № 74/01-04;
- Положення про порядок розроблення, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет». URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22968>.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» ДВНЗ «УжНУ» у складі:

1. *Жуков Святослав Августович* – професор, доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ» – **гарант освітньої програми**;
2. *Бондаренко Вікторія Михайлівна* – кандидат, економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
3. *Дюгованець Олеся Михайлівна* – доцент, кандидат економічних наук, завідувачка кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
4. *Зарічна Олена Володимирівна* – доцент, доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
5. *Курей Оксана Андріївна* – доцент, кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
6. *Криса Вероніка Василівна* – випускниця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, за ОП «Маркетинг», 2020 року, асистент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
7. *Мороз Іванна Андріївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, за ОП «Маркетинг» 2 року навчання.

**Освітньо-професійна програма схвалена на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту, протокол № 4 від 13.11.2024 р.**

# 1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет» Факультет історії та міжнародних відносин Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми: 1) на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; 2) на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») ЗВО має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальності галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС. Строк навчання 1 рік 10 місяців; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Термін навчання 2 роки 10 місяців. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних і спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених ОПП.
<b>Наявність акредитації</b>	Освітня програма впроваджена у 2019 році; Акредитаційна комісія України Термін дії сертифікату до 01.07.2024 Сертифікат про акредитацію Серія УД №07009390
<b>Цикл/рівень</b>	Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти та ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») Умови вступу визначаються «Правилами прийому до ДВНЗ «Ужгородський національний університет»»
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До чергового оновлення відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/16769">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/16769</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	

Полягає у підготовці бакалаврів маркетингу, як висококваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, готових до викликів сучасного бізнесу на різних типах і видах ринків, професійно свідомих спеціалістів, які володіють навичками аналітичного, стратегічного, гнучкого мислення та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення складних завдань і прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності в організаціях і на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності на національних, регіональних і міжнародних ринках.

### 3 – Характеристика освітньої програми

<p><i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i></p>	<p>Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»          Спеціальність: 075 «Маркетинг»  <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних і соціальних інтересів.  <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.  <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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 і на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій і формування управлінських рішень у сфері маркетингу.  <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.  <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p><i>Орієнтація освітньої програми</i></p>	<p>Освітньо-професійна програма орієнтована на здобуття студентами загальноекономічних і професійних знань, умінь і навичок, що сприятиме високому професіоналізму та діловій активності, здатності самостійно приймати рішення для виконання професійних функцій і типових завдань діяльності у сфері маркетингу має прикладний характер та орієнтує на актуальні проблеми підприємств та організацій; дозволяє сформувати професійні, організаційні, управлінські та науково-дослідні компетентності та використовувати їх при здійсненні маркетингової діяльності з використанням сучасних інноваційних підходів і технологій.</p>
<p><i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i></p>	<p>Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, аналіз ринку, потреби споживача, маркетинг, комплекс маркетингу, управління маркетинговою діяльністю, маркетинговий менеджмент, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.</p>
<p><i>Особливості програми</i></p>	<p>Освітньо-професійна програма та її освітні компоненти забезпечують оволодіння здобувачами вищої освіти компетентностями достатніми для здійснення ефективної маркетингової діяльності та антикризового управління в умовах цифрової трансформації, турбулентності соціально-економічних систем, непрогнозованих ризиків на підприємствах та організаціях різних галузей і сфер бізнесу.          Навчаючись, здобувачі вищої освіти є учасниками академічної мобільності студентів, обов'язковими формами якої є три види практик (навчальна, організаційно-економічна (виробнича), переддипломна).</p>

### 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

<i>Придатність до працевлаштування</i>	<p>Випускники освітньої програми здатні виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) обіймати первинну посаду за такими категоріями:</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (Економіст із збуту; Консультант з маркетингу; Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; Рекламист; Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).</p> <p>2441.2 Економісти (Економіст із ціноутворення).</p> <p>3415 Технічні та торговельні представники (Агент; Агент комерційний; Агент торговельний; Комівояжер; Мерчендайзер; Представник торговельний; Торговець комерційний; Торговець промисловий).</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (Агент рекламний; Представник з реклами; Торговець (обслуговування бізнесу та реклами).</p> <p>3439 Інші технічні фахівці в галузі управління (Фахівець з інтерв'ювання).</p>
<i>Подальше навчання</i>	<p>Продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти (FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень). Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.</p>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<i>Викладання та навчання</i>	<p>Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекції, семінари, практичні заняття, практика на підприємствах і в організаціях, самостійна робота на основі підручників і конспектів, кейсовий метод навчання, консультації із викладачами, підготовка та публікування наукових статей, написання та захист курсових робіт і випускної бакалаврської роботи.</p>
<i>Оцінювання</i>	<p>Положення про порядок та методіку проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952</a>, Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070</a> з дотриманням норм академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223</a>.</p> <p>Перезарахування кредитів відбувається на основі Положення про визнання (перезарахування) кредитів ЄКТС для учасників програм академічної мобільності у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131</a>. Процедура оцінювання здобувачів вищої освіти також враховує результати неформальної освіти згідно Положення про порядок визнання ДВНЗ «Ужгородський національний університет» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966</a>.</p> <p>Наявна чітка процедура розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти, яка описана в Положенні про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та здобувачів вищої освіти в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964</a> та Положенні про порядок оскарження результатів (апеляція) оцінювання в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967</a>.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	

<i>Інтегральна компетентність (ІК)</i>	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 (ІК1).
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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 (ЗК1).</li> <li>2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та 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 (ЗК2).</li> <li>3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3).</li> <li>4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).</li> <li>5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК5).</li> <li>6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК6).</li> <li>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК7).</li> <li>8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8).</li> <li>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9).</li> <li>10. Здатність спілкуватися іноземною мовою (ЗК10).</li> <li>11. Здатність працювати в команді (ЗК11).</li> <li>12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності) (ЗК12).</li> <li>13. Здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК13).</li> <li>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК14).</li> <li>15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності (ЗК15).</li> </ol>
<i>Спеціальні компетентності (СК)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК1).</li> <li>2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (СК2).</li> <li>3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК3).</li> <li>4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (СК4).</li> <li>5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (СК5).</li> <li>6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК6).</li> <li>7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК7).</li> <li>8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК8).</li> </ol>

9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності (СК9).
10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (СК10).
11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (СК11).
12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12).
13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (СК13).
14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

### **7 – Програмні результати навчання (Р)**

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ і принципів провадження маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

<p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>	
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<i>Кадрове забезпечення</i>	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 р. № 365). До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p> <p>Професорсько-викладацький склад постійно проходить стажування згідно Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних працівників ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950</a>.</p>
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	<p>Підготовка бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» здійснюється на базі ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Необхідними вимогами для реалізації освітньої програми «Маркетинг» є: наявність доступу до бібліотеки, Інтернет центру, лабораторії інформатики та обчислювальної техніки – для забезпечення оволодіння студентами усім обсягом освітньо-наукової програми; мультимедійного класу та лінгофонних класів; наявність мультимедійного проектора та іншого комп'ютерного обладнання – для демонстрації наукових фільмів і слайдів з тематики лекцій; наявність обладнання для проведення відео-конференцій на економічну тематику.</p>
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	<p>Навчально-методичне забезпечення включає: навчальний план спеціальності, робочі навчальні плани спеціальності, навчально-методичні комплекси дисциплін, методичні рекомендації до написання та захисту курсових робіт, кваліфікаційної роботи, програми навчальної та переддипломної практик, навчальні матеріали з дисциплін (паперові та електронні), матеріали що забезпечуються Науковою бібліотекою ДВНЗ «УжНУ» <a href="http://www.lib.uzhnu.edu.ua">http://www.lib.uzhnu.edu.ua</a>, а також навчальні та методичні розробки викладачів кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту (електронні лекції, електронні підручники) у вільному доступі на віртуальному інформаційному центрі випускової кафедри <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/126">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/126</a>. Система електронного навчання Moodle <a href="https://e-learn.uzhnu.edu.ua/">https://e-learn.uzhnu.edu.ua/</a>. Електронний репозитарій <a href="https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/">https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/</a>. Інформація про освітню програму, розклади занять, виховну, наукову роботу тощо в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» розміщена на посиланням <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/fhistory_relati-intermanage">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/fhistory_relati-intermanage</a>.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	<p>Академічна мобільність студентів здійснюється на основі двосторонніх угод, укладених між ДВНЗ «Ужгородський національний університет» та закладами вищої освіти України.</p>
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	<p>Відповідно до Положення про академічну мобільність студентів у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/21269">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/21269</a>, встановлено загальний порядок організації академічної мобільності студентів. Здійснюється згідно програми міжнародної академічної мобільності «Еразмус +».</p>

<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	До ДВНЗ «УжНУ» приймаються іноземні громадяни, а також особи без громадянства, які проживають на території України на законних підставах. Особливості вступу та навчання визначаються Положенням про навчання іноземних громадян у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9378">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9378</a> .
<b>10 – Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти</b>	
<i>Процедури та заходи</i>	Система внутрішнього забезпечення якості полягає у: 1) визначення принципів і 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 і 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 закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти; 9) інших процедур і заходів.

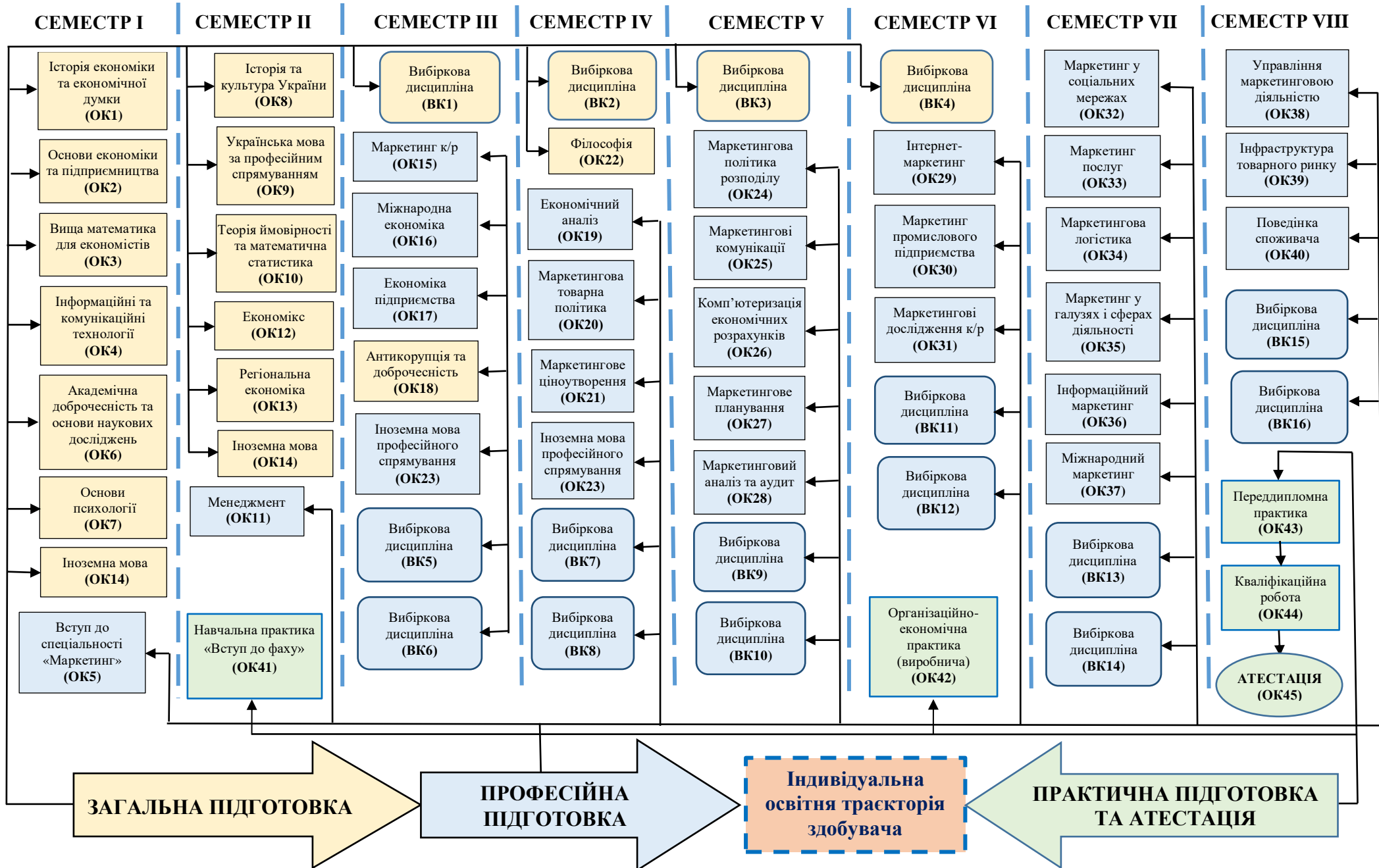
## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Коди / д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОПП</b>			
OK1	Історія економіки та економічної думки	5	екзамен
OK2	Основи економіки та підприємництва	4	екзамен
OK3	Вища математика для економістів	4	екзамен
OK4	Інформаційні та комунікаційні технології	3	залік
OK5	Вступ до спеціальності «Маркетинг»	4	екзамен
OK6	Академічна доброчесність та основи наукових досліджень	4	залік
OK7	Основи психології	3	залік
OK8	Історія та культура України	3	залік
OK9	Українська мова за професійним спрямуванням	3	залік
OK10	Теорія ймовірності та математична статистика	4	екзамен
OK11	Менеджмент	4	екзамен
OK12	Економікс	5	екзамен
OK13	Регіональна економіка	3,5	екзамен
OK14	Іноземна мова	6	залік, екзамен
OK15	Маркетинг	4,5	екзамен, курсова робота (диф. Залік)
OK16	Міжнародна економіка	3,5	екзамен
OK17	Економіка підприємства	5	екзамен
OK18	Антикорупція та доброчесність	3	залік
OK19	Економічний аналіз	4	екзамен
OK20	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
OK21	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
OK22	Філософія	3	залік
OK23	Іноземна мова професійного спрямування	6	залік, екзамен
OK24	Маркетингова політика розподілу	4	екзамен
OK25	Маркетингові комунікації	4	екзамен
OK26	Комп'ютеризації економічних розрахунків	4,5	екзамен
OK27	Маркетингове планування	3	залік
OK28	Маркетинговий аналіз та аудит	3,5	екзамен
OK29	Інтернет-маркетинг	4	екзамен
OK30	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
OK31	Маркетингові дослідження	5	екзамен, курсова робота (диф. Залік)
OK32	Маркетинг у соціальних мережах	3	залік
OK33	Маркетинг послуг	3	екзамен
OK34	Маркетингова логістика	4	екзамен
OK35	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	5	екзамен
OK36	Інформаційний маркетинг	3	залік
OK37	Міжнародний маркетинг	4	екзамен

1	2	3	4
OK38	Управління маркетинговою діяльністю	4	екзамен
OK39	Інфраструктура товарного ринку	3	екзамен
OK40	Поведінка споживача	3	екзамен
OK41	Навчальна практика «Вступ до фаху»	4,5	диф. Залік
OK42	Організаційно-економічна практика (виробнича)	6	диф. Залік
OK43	Переддипломна практика	4,5	диф. Залік
OK44	Виконання кваліфікаційної роботи бакалавра	6	
OK45	Захист кваліфікаційної роботи бакалавра (атестація)	1,5	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>180</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОПП</b>			
ВК1	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК2	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК3	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК4	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК5	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК6	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК7	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК8	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК9	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК10	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК11	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК12	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК13	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК14	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК15	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК16	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент</b>		<b>60</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП</b>		<b>240</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема ОПП «Маркетинг»



### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності рівня та обсягу знань, умінь та компетентностей здобувача вищої освіти, який навчається за освітньою програмою, вимогам стандартів вищої освіти.

Атестація здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
<i>Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)</i>	Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно. Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в сфері управління, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.



