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

ЗАТВЕРДЖЕНО
Протокол Вченої ради
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
31.03. 2022 р. № 3

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
01.04. 2022 р. № 116/01-04

Ужгород – 2022

АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

1. Ректор **Володимир СМОЛАНКА**

31.03. **2022 р.**

2. Гарант освітньо-професійної програми **Святослав ЖУКОВ**

21.01. **2022 р.**

3. Декан структурного підрозділу **Іван ВОВКАНИЧ**

21.01. **2022 р.**

4. Керівник робочої групи **Олеся ДЮГОВАНЕЦЬ**

21.01. **2022 р.**

5. Начальник навчальної частини **Анатолій ШТИМАК**

28.03. **2022 р.**

ПЕРЕДМОВА

СКЛАД РОБОЧОЇ ГРУПИ:

1. *Жуков Святослав Августович* - доктор економічних наук, доцент, старший науковий співробітник, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ» – гарант освітньої програми;
2. *Дюгованець Олеся Михайлівна* - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ», завідувачка кафедрою (керівник робочої групи);
3. *Зарічна Олена Володимирівна* - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
4. *Бондаренко Вікторія Михайлівна* - кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;
5. *Криса Вероніка Василівна* – випускниця спеціальності 075 «Маркетинг»

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

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII;
- Національного класифікатору України: Класифікатор професій (ДК 003:2010);
- 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);
- аналізу тенденцій та вимог ринку праці;
- пропозицій цільових груп стейкхолдерів;
- напрацювань відповідної робочої групи.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

1. Фахівці провідних закладів вищої освіти України
   - *Войтович Сергій Ярославович* - к.е.н., проф., професор кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету, Голова Волинської обласної організації ГО «Українська асоціація маркетингу»
2. Представники ринку праці:
   - *Загоруйко Олександр Васильович* – директор ТОВ «МАЙПРОФІ КОНСАЛТИНГ»
   - *Біжко Василь Вікторович* - директор ТОВ "Агро-М1"
   - *Ковальська Катерина Віталіївна* - фінансовий директор ТОВ "ДЖЕЙБІЛ СЬОРКІТ ЮКРЕЙН ЛІМІТЕД"
   - *Бібен Олександр Андрійович* – перший віце-президент ЗТПП (ЗАКАРПАТСЬКА ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА)
   - *Басараб Тетьяна Михайлівна* - ФОП (компанія «PRO Marketing»)
   - *Цибик Алла Василівна* – ФОП (ресторан)

Профіль освітньої програми «Маркетинг»
зі спеціальності 075 Маркетинг

1- Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет» Факультет історії та міжнародних відносин
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Освітня кваліфікація – Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання 3 роки і 10 місяців.
Наявність акредитації	Освітня програма впроваджена у 2019 році; Акредитаційна комісія України Термін дії сертифікату до 01.07.2024 Сертифікат про акредитацію Серія УД №07009390
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України - 6 рівень FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL - 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти та ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»). Умови вступу визначаються «Правилами прийому до ДВНЗ «Ужгородський національний університет»»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До чергового оновлення відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/15068

2 - Мета освітньої програми
Підготовка бакалаврів маркетингу, як конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням і відповідними компетентностями, необхідними для вирішення складних завдань у сфері маркетингової діяльності в організаціях і на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності. Цілі освітньої програми полягають в: отриманні здобувачами вищої освіти необхідних знань, умінь, навичок, а також здатності гнучкого мислення, поглядів і цінностей достатніх для успішного вирішення професійних маркетингових завдань; наданні можливостей для формування індивідуальної освітньої траєкторії та забезпеченні умов для навчання на наступному рівні вищої освіти.

3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» *Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання:* підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. *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 і на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. *Методи, методики та технології:* загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

	Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма. Орієнтована на здобуття студентами загальноекономічних і професійних знань, вмінь і навичок для виконання професійних функцій і типових задач діяльності у сфері маркетингу; орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції, що дозволяє сформувати професійні, наукові, аналітичні, організаційні, управлінські, педагогічні і науково-дослідні компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, аналіз ринку, потреби споживача, маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.
Особливості програми	Освітня програма направлена на забезпечення можливості оволодіння здобувачами основних теоретичних і прикладних засад маркетингової діяльності, принципів і методів дослідження, аналізу й оцінювання ринку та маркетингового середовища, прогнозування розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у практичній діяльності організацій і підприємств. Програма орієнтована на глибоку спеціальну підготовку ініціативних маркетологів, здатних швидко адаптуватися до сучасних умов і викликів щодо ведення економічної діяльності.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньої програми здатні виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за такими категоріями: 1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу. 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю). 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми. 1314 Комерсант. 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним). 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу. 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки. 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління. 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв’язків з громадськістю. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності. 2419.2 Економіст із збуту. 2419.2 Консультант з маркетингу. 2419.2 Фахівець із зв’язків з громадськістю та пресою. 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. 2419.2 Рекламіст. 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог). 2441.2 Економіст із ціноутворення. 3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний. 3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекції, семінари, практичні заняття, практика на підприємствах і в організаціях, самостійна робота на основі підручників та конспектів, кейсовий метод навчання, консультації із викладачами, підготовка та публікування наукових статей, написання та захист курсових робіт та випускної бакалаврської роботи.
Оцінювання	Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсових) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952, Положення про атестацію здобувачів

	вищої освіти та екзаменаційну комісію у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070 з дотриманням норм академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в Ужгородському національному університеті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223. Перезарахування кредитів відбувається на основі Положення про визнання (перезарахування) кредитів ЄКТС для учасників програм академічної мобільності у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131. Процедура оцінювання здобувачів вищої освіти також враховує результати неформальної освіти згідно Положення про порядок визнання Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966. 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 Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964 та Положенні про порядок оскарження результатів (апеляція) оцінювання в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (І)	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 (І1).
Загальні компетентності (З)	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 (З1). 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 (З2). 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (З3). 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (З4). 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (З5). 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (З6). 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (З7). 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (З8). 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (З9). 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою (З10). 11. Здатність працювати в команді (З11). 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності) (З12). 13. Здатність працювати в міжнародному контексті (З13). 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо (З14).
Спеціальні компетентності (С)	1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (С1). 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (С2). 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (С3). 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (С4). 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (С5). 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (С6). 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (С7).

	8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (С8). 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності (С9). 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (С10). 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (С11). 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (С12). 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (С13). 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності(С14).
7 - Програмні результати навчання (Р)	
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. 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. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Склад робочої групи освітньої програми, професорсько-викладацький склад, що задіяний до викладання навчальних дисциплін за спеціальністю відповідають Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти. Професорсько-викладацький склад постійно проходить стажування згідно Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних

	працівників ДВНЗ «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950
Матеріально-технічне забезпечення	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.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	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 УжНУ http://www.lib.uzhnu.edu.ua, 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 https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/126. Система електронного навчання Moodle https://e-learn.uzhnu.edu.ua/. Електронний репозитарій https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/. Інформація про освітню програму, розклади занять, виховну, наукову роботу тощо в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» розміщена на посиланням https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/fhistory_relati-intermanage
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Академічна мобільність студентів здійснюється на основі двосторонніх угод, укладених між ДВНЗ «Ужгородським національним університетом» та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до Положення про академічну мобільність студентів у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/21269 , встановлено загальний порядок організації академічної мобільності студентів. Здійснюється згідно програми міжнародної академічної мобільності «Еразмус +».
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	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» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9378

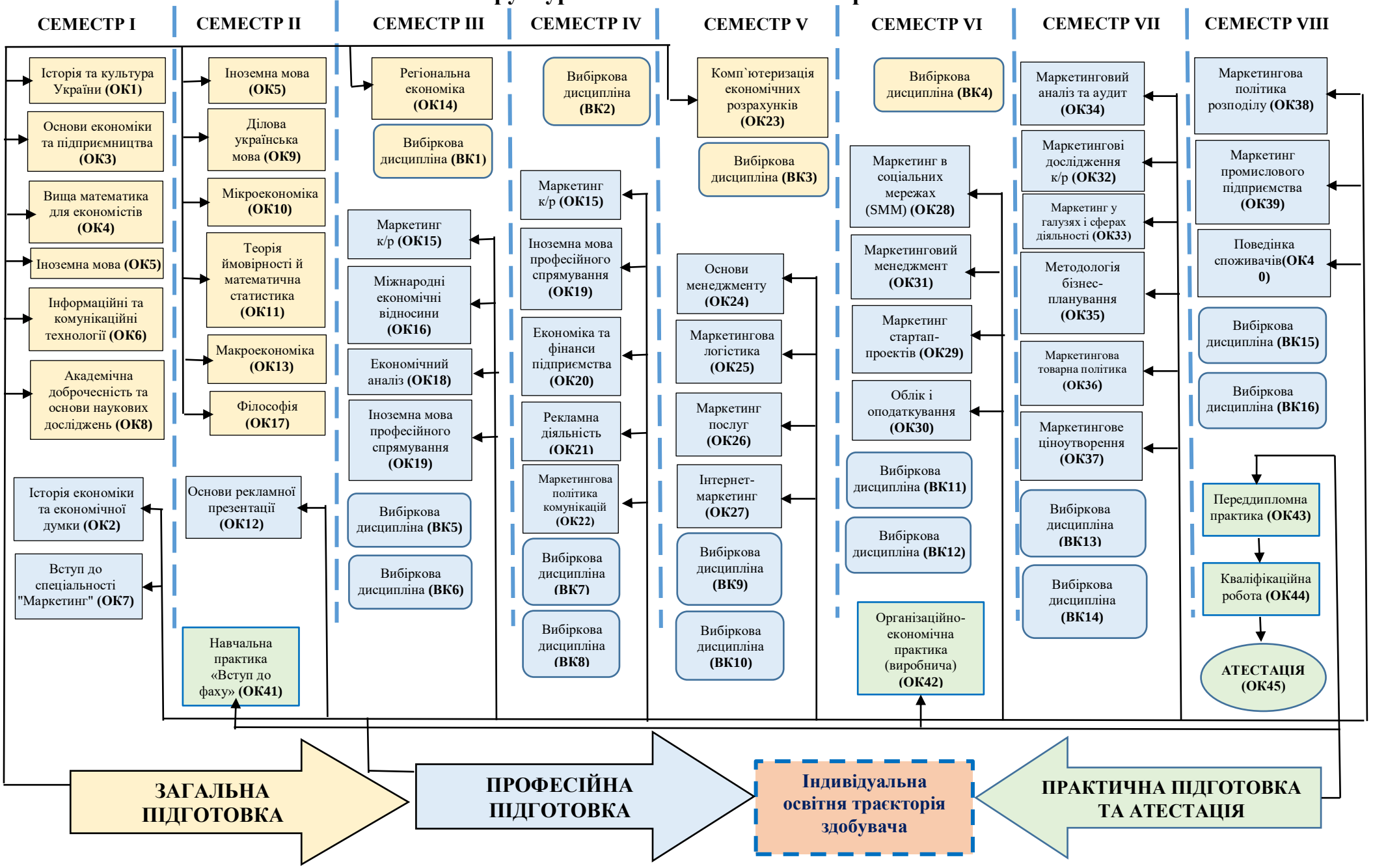
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

1.1. Перелік компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики,кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК1	Історія та культура України	3	залік
ОК2	Історія економіки та економічної думки	4	екзамен
ОК3	Основи економіки та підприємництва	4	екзамен
ОК4	Вища математика для економістів	4	екзамен
ОК5	Іноземна мова	6	залік, екзамен
ОК6	Інформаційні та комунікаційні технології	3	залік
ОК7	Вступ до спеціальності "Маркетинг"	5	екзамен
ОК8	Академічна доброчесність та основи наукових досліджень	4	залік
ОК9	Ділова українська мова	3	залік
ОК10	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК11	Теорія ймовірності й математична статистика	4,5	екзамен
ОК12	Основи рекламної презентації	4	залік
ОК13	Макроекономіка	4	екзамен
ОК14	Регіональна економіка	3	залік
ОК15	Маркетинг	8	екзамен, екзамен, курсова робота
ОК16	Міжнародні економічні відносини	4	екзамен
ОК17	Філософія	3	залік
ОК18	Економічний аналіз	5	екзамен
ОК19	Іноземна мова професійного спрямування	6	залік, екзамен
ОК20	Економіка та фінанси підприємства	5	екзамен
ОК21	Рекламна діяльність	4	екзамен
ОК22	Маркетингова політика комунікацій	3	залік
ОК23	Комп`ютеризації економічних розрахунків	4,5	екзамен
ОК24	Основи менеджменту	4	екзамен
ОК25	Маркетингова логістика	3,5	екзамен
ОК26	Маркетинг послуг	3	залік
ОК27	Інтернет-маркетинг	4	екзамен
ОК28	Маркетинг в соціальних мережах (SMM)	3	екзамен
ОК29	Маркетинг стартапів-проектів	3,5	екзамен
ОК30	Облік і оподаткування	3,5	екзамен
ОК31	Маркетинговий менеджмент	3	екзамен
ОК32	Маркетингові дослідження	6	екзамен, курсова робота
ОК33	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	3	екзамен
ОК34	Маркетинговий аналіз та аудит	3	залік
ОК35	Методологія бізнес-планування	4	екзамен
ОК36	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ОК37	Маркетингове ціноутворення	3	залік
ОК38	Маркетингова політика розподілу	3	екзамен
ОК39	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК40	Поведінка споживачів	3	екзамен
ОК41	Навчальна практика "Вступ до фаху"	4,5	диф.залік

ОК42	Організаційно-економічна практика (виробнича)	6	диф.залік
ОК43	Переддипломна практика	4,5	диф.залік
ОК44	Виконання кваліфікаційної роботи бакалавра	6	
ОК45	Захист кваліфікаційної роботи бакалавра (атестація)	1,5	
	Загальний обсяг обов'язкових компонент	**180**	
Вибіркові компоненти ОП			
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
	Загальний обсяг вибіркових компонент	**60**	
	Загальний обсяг обов'язкових компонент	**180**	
	ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	**240**	

2.2. Структурно-логічна схема ОП «Маркетинг»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи і атестаційного екзамену.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ОК 1.7	ОК 1.8	ОК 1.9	ОК 1.10	ОК 1.11	ОК 1.12	ОК 1.13	ОК 1.14	ОК 1.15	ОК 1.16	ОК 1.17	ОК 1.18	ОК 1.19	ОК 1.20	ОК 1.21	ОК 1.22	ОК 1.23	ОК 1.24	ОК 1.25	ОК 1.26	ОК 1.27	ОК 1.28	ОК 1.29	ОК 1.30	ОК 1.31	ОК 1.32	ОК 1.33	ОК 1.34	ОК 1.35	ОК 1.36	ОК 1.37	ОК 1.38	ОК 1.39	ОК 1.40	ОК 1.41	ОК 1.42	ОК 1.43	ОК 1.44	ОК 1.45
ЗК1	*	*					*	*	*								*			*		*																				*	*
ЗК2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*	*		*	*		*				*					*	*							*				*	*
ЗК3		*	*	*		*	*	*		*	*	*	*	*		*	*			*	*	*		*	*			*	*		*	*		*	*				*		*	*	*	*
ЗК4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*			*	*			*		*	*	*	*	*
ЗК5		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			*		*	*	*	*		*	*	*	*	*		*		*	*		*	*	*	*	*			*	*	*	*	*
ЗК6		*		*	*	*	*		*	*	*		*	*	*	*			*	*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*
ЗК7		*		*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*			*	*	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ЗК8								*		*			*	*	*	*		*	*	*	*		*		*	*	*	*	*		*	*		*		*	*	*	*		*	*	*	*	*
ЗК9						*		*			*					*		*		*	*	*	*			*	*	*	*		*	*				*	*		*	*	*	*	*	*
ЗК10					*							*				*		*	*	*	*		*											*								*	*
ЗК11	*			*	*	*	*		*						*	*			*	*	*			*				*		*	*	*			*		*		*	*		*	*	*	*
ЗК12					*				*			*		*	*	*		*	*	*			*	*	*	*		*	*		*	*			*		*	*	*	*		*	*	*	*
ЗК13		*			*									*		*			*	*																						*	*
ЗК14	*	*					*	*						*	*	*				*		*		*				*		*	*							*			*	*	*	*
СК1		*				*	*	*				*			*					*		*		*	*	*	*	*				*	*	*		*			*		*	*	*	*
СК2						*	*	*							*			*		*		*	*	*	*	*	*	*				*		*	*	*			*		*	*	*	*
СК3		*	*			*		*							*	*				*		*	*		*	*	*	*	*			*	*	*		*			*	*		*	*	*	*
СК4						*									*			*		*		*			*	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
СК5						*						*			*					*	*	*			*	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*	*	*			*	*	*
СК6															*	*				*						*		*	*			*			*	*	*	*				*	*	*	*
СК7														*	*			*		*		*	*	*	*		*	*	*				*	*		*			*	*			*	*	*	*
СК8		*	*											*	*					*					*	*		*	*				*	*	*				*	*			*	*	*	*
СК9														*	*					*								*	*				*			*	*	*	*	*			*	*	*	*
СК10															*					*			*	*		*			*			*		*		*			*				*	*	*	*
СК11		*	*											*	*	*		*		*	*			*	*			*	*			*			*				*				*	*	*	*
СК12	*		*	*	*	*		*	*		*	*	*		*	*				*	*	*					*	*	*			*				*			*				*	*	*	*
СК13															*	*				*	*		*	*	*	*	*	*	*			*			*	*			*	*			*	*	*	*
СК14		*													*			*		*	*				*			*	*			*			*				*	*		*	*	*	*	*

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ОК 1.7	ОК 1.8	ОК 1.9	ОК 1.10	ОК 1.11	ОК 1.12	ОК 1.13	ОК 1.14	ОК 1.15	ОК 1.16	ОК 1.17	ОК 1.18	ОК 1.19	ОК 1.20	ОК 1.21	ОК 1.22	ОК 1.23	ОК 1.24	ОК 1.25	ОК 1.26	ОК 1.27	ОК 1.28	ОК 1.29	ОК 1.30	ОК 1.31	ОК 1.32	ОК 1.33	ОК 1.34	ОК 1.35	ОК 1.36	ОК 1.37	ОК 1.38	ОК 1.39	ОК 1.40	ОК 1.41	ОК 1.42	ОК 1.43	ОК 1.44	ОК 1.45
P1		*	*					*							*			*		*	*	*		*	*	*		*	*			*	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*
P2		*	*					*						*	*	*		*		*	*	*	*	*		*		*	*			*	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*
P3		*	*											*	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*
P4		*	*					*						*		*		*		*	*	*	*	*				*	*	*		*	*	*	*	*			*			*	*	*	*
P5		*	*											*	*			*		*	*	*	*	*	*	*		*				*	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*
P6																				*	*	*		*	*	*	*	*				*	*	*			*	*				*	*	*	*
P7						*														*		*	*			*	*	*	*			*	*	*	*				*	*		*	*	*	*
P8												*								*	*							*	*			*	*		*	*	*	*				*	*	*	*
P9															*					*		*		*				*	*				*			*	*	*	*				*	*	*	*
P10									*			*			*	*				*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*					*	*			*	*	*	*
P11		*	*											*		*		*		*		*		*	*	*		*		*	*			*					*			*	*	*	*
P12	*	*	*	*	*	*	*			*	*	*	*	*		*	*	*		*	*		*	*		*		*	*		*	*			*					*	*	*	*	*	*
P13		*	*			*				*			*					*		*	*			*				*	*	*	*				*	*				*	*	*	*	*	*
P14								*		*			*							*	*			*	*						*	*				*						*	*	*	*
P15	*						*	*									*			*		*		*					*		*	*		*		*				*		*	*	*	*
P16	*			*			*		*		*	*								*					*	*		*	*		*	*				*					*	*	*	*	*
P17					*		*		*			*		*		*			*	*				*		*				*	*	*		*						*	*	*	*	*	*
P18	*						*	*	*			*					*			*				*		*		*	*		*								*		*	*	*	*