МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОЕКТ 2024

ОСВІТНЬО–ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ) РІВЕНЬ

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ: 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: 075 «МАРКЕТИНГ»

КВАЛІФІКАЦІЯ: БАКАЛАВР МАРКЕТИНГУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Криворізького національного університету

Голова Вченої ради

_____ Микола СТУПНІК

(протокол № від . .2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2024 р.

наказом № від . .2024 р.

Кривий Ріг
2024

ПРЕАМБУЛА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерством освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 та удосконалено з урахуванням пропозицій та рекомендацій стейкхолдерів.

Склад групи забезпечення освітньо-професійної програми «Маркетинг»:

1. Євгенія МІЩУК
Гарант освітньої програми
доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування, кандидат економічних наук, доцент _____ (підпис)

2. Вікторія АДАМОВСЬКА
завідувач кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування, кандидат економічних наук, доцент _____ (підпис)

3. Микола ІЩЕНКО
професор кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування, доктор економічних наук, професор _____ (підпис)

Інші стейкхолдери
Дарина КОВАЛЕНКО, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»;
Єва СОЛОВ'ЯН здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1. Профіль освітньо-професійної програми вищої освіти «Маркетинг»

зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Криворізький національний університет (далі – КНУ), факультет економіки та управління бізнесом, кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – бакалавр Кваліфікація – бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ECTS, термін навчання – 3 роки 10 місяців
Форми здобуття вищої освіти	Денна (очна), заочна
Наявність акредитації	Започаткування спеціальності
Рівень з НРК/ Рівень вищої освіти	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови та обсяг освітньої програми бакалавра	Наявність повної загальної середньої освіти або диплому молодшого бакалавра за спеціальністю (молодшого спеціаліста за напрямом), умови вступу визначаються «Правилами прийому до Криворізького національного університету», затвердженими Вченою радою. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавра: 1) на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; 2) 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; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання (НМТ) в порядку, визначеному законодавством. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
Мова викладання	Українська (державна)
Термін дії освітньої програми	3 роки та 10 місяців та за необхідності внесення змін
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	https://www.knu.edu.ua/osvitni-prohramy/pershyy-bakalavrs-kyy-riven-vyshhoi-osvity https://oopua.knu.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Мета освітньо-професійної програми «Маркетинг» полягає у підготовці конкурентоспроможних, інноваційно-орієнтованих фахівців із маркетингу, здатних до професійної діяльності на підприємствах, в організаціях та установах різних форм власності й сфер діяльності, спроможних розв'язувати складні завдання маркетингової діяльності із застосуванням сучасних концепцій, методів та інструментів маркетингу для формування конкурентних переваг суб'єктів господарювання та підвищення привабливості територій з урахуванням особливостей промислового регіону. Мета освітньої програми відповідає Стратегії розвитку Криворізького національного університету (http://www.knu.edu.ua).	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Спеціалізація: не передбачено
Опис предметної області	*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 та 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 освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньо-професійної програми	Підготовка фахівців у сфері маркетингу, орієнтована на застосування сучасних маркетингових концепцій, методів та інструментів у діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням підходів промислового і територіального маркетингу та особливостей маркетингового середовища промислового регіону. *Ключові слова:* маркетинг; маркетингова діяльність; маркетингові дослідження; маркетингові стратегії; маркетингові комунікації; цифровий маркетинг; промисловий маркетинг; територіальний маркетинг; конкурентні переваги; промисловий регіон.
Особливості освітньо-професійної програми	Особливість ОПП визначається орієнтацією маркетингової підготовки на діяльність суб'єктів господарювання в умовах промислового регіону, що характеризується значною роллю промислового сектору та специфікою B2B-взаємодії. Унікальність програми полягає в урахуванні підходів промислового та територіального маркетингу, що сприяє розумінню маркетингового середовища суб'єктів господарювання з огляду на галузеві та територіальні чинники. Такий бінарний підхід дає змогу формувати маркетингові

	рішення, спрямовані на розвиток конкурентних переваг суб'єктів господарювання з урахуванням привабливості територій.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування за ДК 003:2010 (зі змінами) випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупуванням: 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу, зокрема 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) інших професійних назв робіт, що відповідають профілю підготовки та пов'язані з маркетинговою діяльністю.
Академічні права	Бакалаври зі спеціальності 075 «Маркетинг» можуть продовжити навчання за наданою та спорідненими спеціальностями на програмах підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти циклу QF-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК України за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	*Викладання за ОПП* здійснюється із застосуванням студентоцентрованого підходу та поєднання традиційних і активних методів навчання: лекційних та практичних занять, виконання індивідуальних і групових завдань, курсових робіт, консультування, кейс-методів, дискусій, проєктного навчання та аналізу практичних ситуацій у сфері маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. Практична підготовка забезпечується через виробничу практику, участь у бізнес-семінарах, вебінарах, наукових конференціях, підготовку тез доповідей і наукових публікацій. *Технології навчання*: інформаційно-комунікаційні та

	дистанційні технології, студентоцентроване навчання, модульна організація освітнього процесу, проблемне та проєктне навчання, дискусійні методи, виконання практикоорієнтованих завдань і самостійна робота здобувачів із використанням цифрових освітніх ресурсів (матеріалів Google Classroom, електронної бібліотеки та відкритих інформаційних ресурсів, що забезпечують пошук, аналіз і використання маркетингової інформації). З метою забезпечення безперервності освітнього процесу на період військового стану використовуються доступні онлайн технології (Google Classroom, Google Hangouts Meet, Zoom Video Communications тощо). Google надала доступ університету до системи G Suite for Education. Корпоративна пошта університету працює у безперебійному режимі на основі сервісу Gmail, а викладачі використовують хмарне сховище Google Disk із необмеженим обсягом зберігання інформації.
Оцінювання	Згідно з нормативними формами атестації здобувачів вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності 075 «Маркетинг» атестація здійснюється у формі: – екзаменів, диференційованих заліків та заліків, визначених навчальним планом; – публічного захисту кваліфікаційної роботи на одержання ступеня вищої освіти. Оцінювання навчальних досягнень: 4-бальна національна шкала («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»); дворівнева національна шкала («зараховано», «незараховано»); 100-бальна система оцінювання та шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX). Екзамени, заліки здійснюються згідно з формами оцінювання, представленими у відповідних робочих навчальних програмах. Захист курсових робіт проводиться комісією у визначений кафедрою час за участю керівника курсової роботи. *Поточний контроль знань здобувачів освіти* здійснюється за результатами їх роботи на практичних заняттях, виконання контрольно-модульних робіт, самостійних (індивідуальних) робіт, передбачених навчальним планом підготовки фахівців, відповідною робочою програмою навчальної дисципліни. *Модульний контроль* здійснюється після закінчення кожного чергового змістового модуля навчальної дисципліни.

	Підсумкове оцінювання здійснюється: – за результатами поточного та модульного контролю (якщо навчальним планом підготовки фахівців передбачено залік з навчальної дисципліни); – за результатами поточного, модульного контролю та складеного екзамену (якщо навчальним планом підготовки фахівців передбачено складання екзамену з навчальної дисципліни); – за результатами виконання та захисту курсових робіт (відповідно до навчального плану підготовки фахівців); – за результатами проходження та захисту звіту з виробничої практики.
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)	
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.
ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК 9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технології.
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.
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)	
ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
ФК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
ФК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
ФК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
ФК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
ФК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
ФК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
ФК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
ФК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
ФК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
ФК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
ФК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Особливість освітньої програми висвітлено у спеціальних компетентностях:	
ФК 15	Здатність враховувати чинники ринкового середовища суб'єктів господарювання, що функціонують у промисловому регіоні, у процесі виконання професійних завдань маркетолога.
ФК 16	Здатність аналізувати конкурентні переваги та привабливість територій й враховувати територіальні чинники у процесі виконання професійних завдань маркетолога.

7 – Програмні результати навчання	
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 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.

ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
Програмні результаті навчання, встановлені освітньою програмою	
ПРН 19	Ідентифікувати чинники ринкового середовища суб'єктів господарювання, що функціонують у промисловому регіоні, та враховувати їх під час розроблення маркетингових заходів.
ПРН 20	Застосовувати знання про територіальне середовище, конкурентні переваги та чинники привабливості територій у процесі виконання професійних завдань маркетолога.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365)**.** Професійна кваліфікація всіх науково-педагогічних працівників відповідає освітнім компонентам освітньо-професійної програми. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» забезпечується підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не менше, ніж один раз на п'ять років. Керівник проєктної групи та викладацький склад, який забезпечує її реалізацію, відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності.
Матеріаль-но-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). Соціально-побутова інфраструктура є у повному обсязі. Технічною складовою забезпечення навчального процесу є використання web-сайту КНУ та web-сторінок кафедри на інтернет-ресурсі: https://oopua.knu.edu.ua/. У навчальному процесі постійно використовуються мультимедійні системи (проєктори, ноутбуки). Викладачами кафедр ведеться розробка електронних курсів для дистанційного навчання. Така можливість реалізована за допомогою навчального порталу на офіційному сайті КНУ.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015р. №1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). На офіційному веб-сайті університету розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня / освітньо-наукова / видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація). Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти. Інформаційне забезпечення: бібліотека КНУ (http://www.knu.edu.ua/pidrozdily/biblioteka). Розклад занять в електронному вигляді: http://asu.knu.edu.ua. Проведення занять у дистанційному форматі з використанням платформи GoogleMeet (https://meet.google.com).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Академічна мобільність регламентується «Положенням про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників» КНУ. Програмою передбачається можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування. На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між КНУ та навчальними закладами країн-партнерів. Навчання студентів за кредитно-трансферною системою, обсяг 1 кредиту – 30 год.
Міжнародна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково освітянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів. Із 2016 р. КНУ став партнером проєкту MEVLANA з Аксарайським університетом (Туреччина). Підписано угоди ще з двома турецькими університетами: Чанкири Каратекін ун-т та Памуккалє ун-т (2017 р.). Програма академічної мобільності «Mevlana» запроваджена Радою вищої освіти Турецької Республіки, якою передбачено академічний обмін із турецькими університетами на основі конкурсного відбору учасників. Усі питання фінансування, підписання угод між турецькими та

	закордонними університетами, відбору кандидатів на участь в академічному обміні, контролює Рада вищої освіти Туреччини. Уперше КНУ реалізується проєкт академічної мобільності для здобувачів вищої освіти, аспірантів та викладачів в рамках міжнародної програми Erasmus+ (КА 107 №2015-1-PL01-KA107-016302). Міжнародні партнери КНУ: Республіка Таджикистан, Таджицький національний університет (з 2018р.), Дангарінський державний університет та Таджицький аграрний університет ім. Ширіншох Шотемур (із 2021 р.).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних засадах у межах ліцензійного обсягу за умови мовленнєвої підготовки.

2.ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Ділові комунікації (українська мова за професійним спрямуванням)	3	залік
ОК 2	Історія Українського державотворення та культури	3	залік
ОК 3	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 4	Вступ до спеціальності	5	екзамен
ОК 5	Фізичне виховання та основи здорового способу життя	3	залік
ОК 6	Основи наукових досліджень	4	залік
ОК 7	Цифрове суспільство	5	екзамен
ОК 8	Філософія безпеки та сталого людського розвитку	5	залік
ОК 9	Вища математика	6	екзамен
ОК 10	Макро- та мікроекономіка	4	залік
ОК 11	Регіональна економіка	6	екзамен
ОК 12	Право	3	залік
ОК 13	Економіко-математичні методи та моделі	4	екзамен
ОК 14	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів циклу загальної підготовки		**60**	
1.2. Цикл професійної підготовки			
ОК 15	Основи web-програмування	7	екзамен
ОК 16	Маркетинг	12	захист КР (диф.залік), екзамен
ОК 17	Економічна діагностика	5	екзамен
ОК 18	Промислове товарознавство та інфраструктура ринку	9	екзамен
ОК 19	Статистика	5	екзамен
ОК 20	Прийняття управлінських рішень	4	залік
ОК 21	Територіальний маркетинг	8	захист КР, екзамен

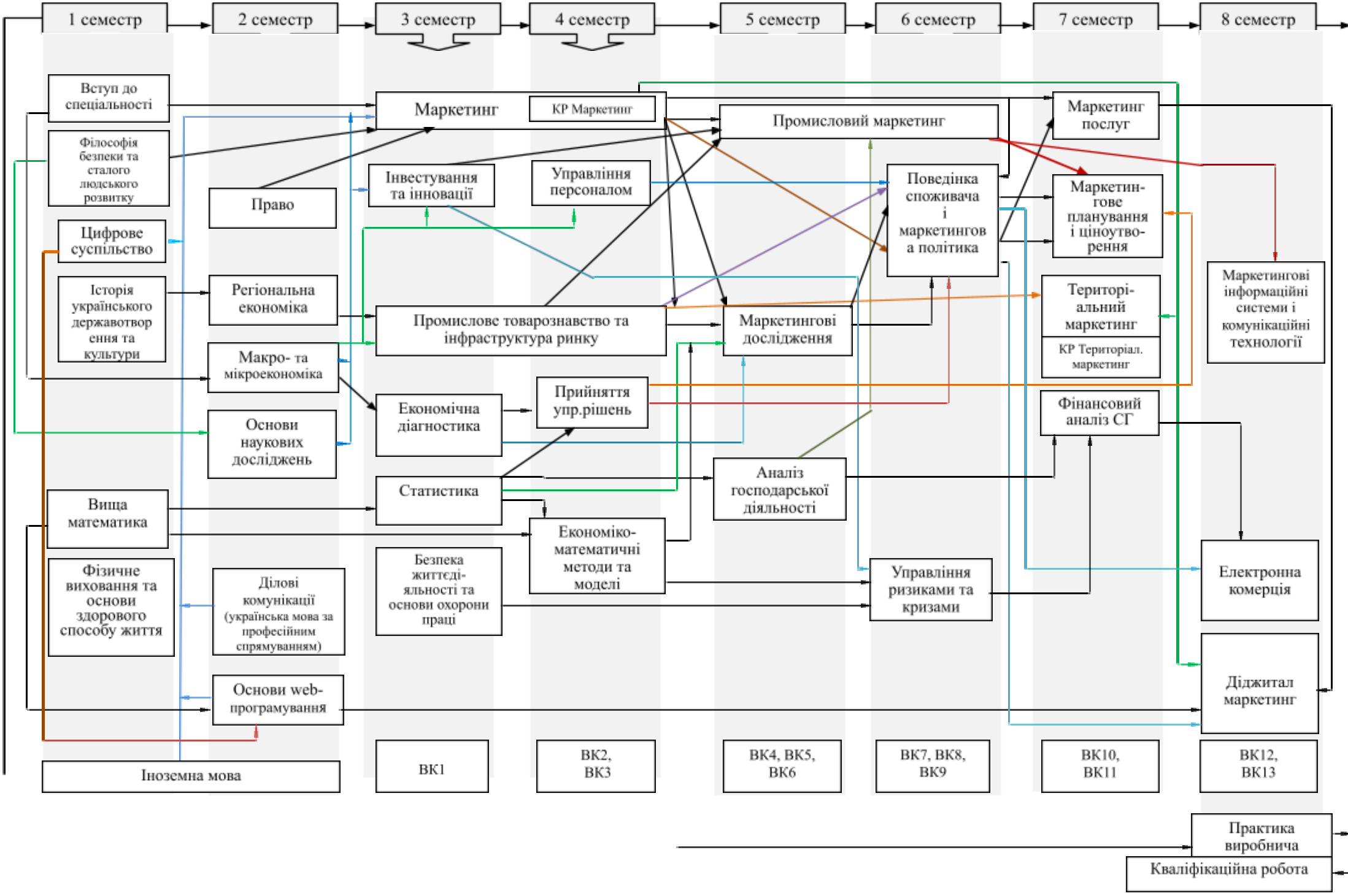
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК 22	Поведінка споживача і маркетингова політика	4	екзамен
ОК 23	Промисловий маркетинг	11	екзамен
ОК 24	Управління ризиками та кризами	3	екзамен
ОК 25	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 26	Маркетингове планування і ціноутворення	4	екзамен
ОК 27	Маркетинг послуг	4	залік
ОК 28	Маркетингові інформаційні системи і комунікативні технології	3	екзамен
ОК 29	Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання	4	залік
ОК 30	Електронна комерція	3	залік
ОК 31	Інвестування та інновації	4	екзамен
ОК 32	Аналіз господарської діяльності	4	залік
ОК 33	Управління персоналом	4	залік
ОК 34	Діджитал маркетинг	3	залік
ОК 35	Практика виробнича	6	диференційо-ваний залік
Загальний обсяг циклу професійної підготовки		**111**	
ОК 36	Кваліфікаційна робота Публічний захист кваліфікаційної роботи	8 1	підсумкова атестація
Загальний обсяг обов'язкових компонентів циклу професійної підготовки		**120**	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		**180**	
2. ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
ВК 1	ВК 1.1. Іноземна мова ВК 1.2. Етика професійної діяльності ВК 1.3. Фінанси та банківська справа Банк вибіркових дисциплін	3	залік
ВК 2	ВК 2.1. Основи сталого розвитку ВК 2.2. Startap проєкти Банк вибіркових дисциплін	4	залік
ВК 3	ВК 3.1. Місцеве самоврядування і муніципальний маркетинг ВК 3.2. Контролінг	3	залік

ВК 4		6	екзамен
	ВК 4.1. Європейська інтеграція та захист національних інтересів		
	ВК 4.2. Політичний менеджмент і маркетинг		
ВК 5		6	екзамен
	ВК 5.1. Державне регулювання економіки і державний маркетинг		
	ВК 5.2. Основи обліку і оподаткування		

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ВК 6		5	залік
	ВК 6.1. Бренд-менеджмент і PR		
	ВК 6.2. Основи бізнесу		
	Банк вибіркових дисциплін		
ВК 7		7	залік
	ВК 7.1. Моделі і методи прийняття управлінських рішень		
	ВК 7.2. Економічна безпека		
ВК 8	ВК 8.1. Проєктний менеджмент	7	залік
	ВК 8.2. Бізнес-планування та бюджетування		
	Банк вибіркових дисциплін		
ВК 9	ВК 9.1. Інтелектуальний аналіз даних	3	залік
	ВК 9.2. Web 2.0 та маркетингові стратегії у соціальних мережах		
ВК 10	ВК 10.1. Логістика	6	екзамен
	ВК 10.2. Маркетинг у банку		
ВК 11	ВК 11.1. Міжнародний маркетинг	4	залік
	ВК 11.2. Лідерство		
	Банк вибіркових дисциплін		
ВК 12	ВК 12.1. Реклама та зв’язки з громадськістю	3	екзамен
	ВК 12.2. Продаж і управління продажами		
	Банк вибіркових дисциплін		
ВК 13	ВК 13.1. Практикум з іноземної мови	3	залік
	ВК 13.2. Практичний тренінг з		

	івент-маркетингу		
Загальний обсяг вибіркових компонентів		**60**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240**	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація випускників освітньої-професійної програми "Маркетинг" здійснюється оцінюванням ступеню сформованості компетентностей шляхом виконання та захисту кваліфікаційної випускної роботи і видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня вищої освіти «бакалавр» кваліфікації «Бакалавр маркетингу». Форма випускної атестації - публічний захист випускної 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. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Відповідність програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (ОПП) конкретизовано у табл. 4.1.

5. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМ ОПП

У табл. 5.1 конкретизовано відповідність забезпечення результатів навчання (ПРН) компонентам освітньо-професійної програми (ОПП).

Таблиця 4.1 – Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам ОПП

Програмні компетентності	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
ЗК 1		X					X	X				X		X								X														
ЗК 2	X	X	X	X	X	X	X	X				X		X		X																				
ЗК 3									X	X	X	X	X		X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X			X	X
ЗК 4				X		X		X	X			X	X		X				X				X		X			X	X				X			X
ЗК 5																X					X	X	X								X				X	X
ЗК 6				X						X	X					X		X	X		X	X	X			X	X	X		X				X	X	X
ЗК 7									X			X	X		X	X	X	X	X	X		X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ЗК 8						X			X	X	X		X				X		X			X	X	X	X	X			X			X			X	X
ЗК 9	X		X				X								X				X						X			X		X				X		X
ЗК 10			X																																	
ЗК 11						X		X				X			X	X				X			X						X				X			
ЗК 12	X		X								X															X				X				X		X
ЗК 13			X													X					X									X				X		
ЗК 14				X				X				X																							X	
ФК 1				X												X					X	X	X		X		X	X							X	X
ФК 2				X												X				X		X			X										X	X
ФК 3				X												X	X	X	X		X	X	X		X	X			X						X	X
ФК 4				X												X					X	X	X				X			X		X			X	X
ФК 5																X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X		X	X	X
ФК 6																X	X		X		X	X			X	X			X						X	X
ФК 7																X		X				X				X	X		X			X				X
ФК 8																X							X	X						X	X			X		X
ФК 9																						X								X	X					X
ФК 10							X																X		X		X	X		X				X		X
ФК 11										X							X	X	X		X	X				X			X			X			X	X
ФК 12							X									X		X	X		X		X		X		X		X		X			X	X	X
ФК 13																X				X						X					X				X	X
ФК 14																X					X	X	X			X	X	X					X			
ФК 15																	X	X					X	X	X	X					X	X				
ФК 16																		X			X		X													

ФК 17																																		

Таблиця 5.1 – Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковим компонентам ОПП

Прог-рамні результати навчання	**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**	**ОК 33**	**ОК 34**	**ОК 35**	**ОК 36**
ПРН 1				X												X		X		X		X	X		X		X						X	X
ПРН 2									X	X	X		X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X			X		X	X			X	X
ПРН 3				X			X		X						X	X	X	X		X	X	X	X		X		X			X			X	X	X
ПРН 4				X		X			X	X	X		X		X	X	X		X			X	X	X	X	X			X			X			X	X
ПРН 5										X		X				X	X	X	X		X	X			X		X		X						X	X
ПРН 6													X			X	X		X			X		X	X				X		X	X			X	X
ПРН 7							X								X										X			X		X				X		X
ПРН 8																		X			X							X		X	X			X		X
ПРН 9									X				X											X							X					X
ПРН 10	X		X				X																X					X						X	X
ПРН 11	X									X	X				X	X	X	X		X		X	X			X			X	X	X			X	X	X
ПРН 12				X		X		X	X			X	X		X			X	X				X		X				X		X	X			X	X
ПРН 13																X					X	X									X		X		X	X
ПРН 14				X		X										X				X	X		X									X			X
ПРН 15		X	X	X	X		X	X				X		X		X																				X
ПРН 16				X								X			X	X					X											X		X	X
ПРН 17			X	X																													X		X
ПРН 18		X				X		X						X																					
ПРН 19																	X	X					X	X	X	X					X	X				
ПРН 20																		X			X		X													

6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ ҐРУНТУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

А. Офіційні документи:

1. Закон «Про вищу освіту»: Із змінами, внесеними згідно із Законами № 2471-IX від 28.07.2022 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text

2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19.

3. Національний класифікатор професій : ДК 003:2010. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, ред. від 18.08.2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text

4. Національна рамка кваліфікацій (редакція із змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ від 25.06.2020 р. №519) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п#Text

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 07.07.2021 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo

Б. Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-uidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.

8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf.

9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf.