

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Бакалавр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 МАРКЕТИНГ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Заст. Голови вченої ради
/Р.Р. Білоскурський/
(протокол № 12 від «2» вересня 2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію з
«__» _____ 2024 р.
В.о. ректора / Р.Р. Білоскурський /
(наказ № 295 від «2» вересня 2024 р.)

Чернівці, 2024 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

РОЗРОБЛЕНО»

Проектною групою економічного
факультету Чернівецького
національного університету імені Юрія
Федьковича


Олег БУРДЯК
«16» квітня 2024 р.

«УХВАЛЕНО»

На засіданні кафедри маркетингу,
інновацій та регіонального розвитку
Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича
Протокол №14 від 16 квітня 2024 р.

Завідувач кафедри
 Ірина БУДНІКЕВИЧ

«СХВАЛЕНО»

Вченою радою економічного
факультету Чернівецького
національного університету імені Юрія
Федьковича

Протокол №11 від 17 квітня 2024 р.

Голова Вченої ради економічного
факультету
 Руслан БІЛОСКУРСЬКИЙ

«ПОГОДЖЕНО»

Начальник навчального відділу
Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича

 Ярослав ГАРАБАЖІВ
» 2024 р.

«РЕКОМЕНДОВАНО»

Науково-методичною комісією
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

Протокол №__ від ____ 2024 р.
Голова комісії університету  Ольга Мартинюк

Розроблено робочою групою у складі

Керівник робочої групи к.е.н., доц. Бурдяк Олег Мирославович (Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича)

Члени проектної групи

Д.е.н., проф. Буднікевич Ірина Михайлівна (Завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича)

К.е.н., доц. Крупенна Інга Анатолівна (Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича)

Молдован Вікторія Сергіївна (Здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми 075 «Маркетинг» Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича)

Богачик Олександр Ілліч (стейкхолдер, керуючий партнер ТОВ «БРАШМІ»)

Кока Діана Олександрівна (стейкхолдер, Комерційний директор ДП «М'ясо Буковини»)

Рецензії

Устік Т.В., д.е.н, професор, професор кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету

Бакун А.А., керівник європейського е-комерсу ТОВ «БРАШМІ»

Шумейко В.І., координатор проектів КСВ Іт-компанії SoftServe в Україні

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ

1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр з маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	ОП «Маркетинг»
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки і 10 місяців.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитаційна комісія Міністерства освіти і науки України, Сертифікат про акредитацію Серія НД № 2591052 від 26.04.2017 Дійсний до 01.07.2027
<i>Цикл/рівень</i>	НРК України – 6, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<i>Передумови</i>	Згідно вимог ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності в неї повної загальної середньої освіти (3 та 4 рівні національної рамки кваліфікацій, НРК) або ступінь молодшого бакалавра (5 рівень НРК). Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на освітньо-професійну програму бакалавра.
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	До чергового перегляду відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
<i>Рік впровадження</i>	2017 рік
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	www.mmix.cv.ua
<i>Обмеження щодо форм навчання</i>	Без обмежень
2. МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють системними знаннями, компетентностями та інноваційним мисленням, здатні реалізувати ефективні маркетингові рішення для досягнення ринкового успіху суб'єктів господарювання на засадах збалансованості, партнерства та інтеграції науки й практики.	
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</i>	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 та 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 та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та 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.
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження; ринок, регіональні ринки, маркетинг, маркетингове середовище, поведінка споживача, конкуренція, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, логістика, маркетингове ціноутворення, маркетингова товарна політика, міжнародний маркетинг, реклама, паблік рілейшнз, маркетинг у сферах і галузях.
<i>Обсяг освітньої програми бакалавра</i>	- на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - 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. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
<i>Особливості програми</i>	Програма орієнтована на підготовку фахівців-маркетологів, чий компетентності, знання та уміння допомагають ефективно функціонувати господарюючим суб'єктам, дозволяють швидко адаптуватись до змін у ринковому середовищі, оволодівати новими навичками, знаннями та професійними якостями, які відповідають вимогам сучасного динамічного ринку праці. Охоплює сьогоденні та перспективні потреби щодо вирішення практичних завдань на основі володіння широким маркетинговим інструментарієм. Програма враховує загальні та специфічні особливості маркетингової діяльності у різних галузях та сферах економіки, а також регіональні особливості ведення бізнесу.
4. Працевлаштування та продовження освіти	
<i>Придатність випускників до працевлаштування</i>	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні); органи державного та муніципального управління, структури, в яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну

	справу. Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010» Розд.3 Фахівці, а саме: технічні та торговельні представники: брокер (НКУ 3411), дилер (НКУ 3411), торговець (власність) (НКУ 3421), фахівець із організації дозвілля (аніматор) (НКУ), мерчандайзер (НКУ 3415), комівояжер (НКУ 3415), агент комерційний (НКУ 4315), торговець промисловий (НКУ 3415), інспектор торговельний (НКУ 3419), організатор з постачання (НКУ 3419), організатор із збуту (НКУ 3419), торговельний брокер (маклер) (НКУ 3421), агент рекламний (НКУ 3429), представник з реклами (НКУ 3429), торговець (обслуговування бізнесу та реклами) (НКУ 3429), помічник керівника підприємства (установи, організації) (НКУ 3436.1), помічник керівника іншого основного підрозділу (НКУ 3436.2), помічник керівника малого підприємства без апарату управління (НКУ 3436.3), фахівець з інтерв'ювання (НКУ 3439), інспектор з експорту (НКУ 3449)\$ заступник керівника департаменту маркетингу, маркетингових досліджень, відділу стратегічного розвитку, департаменту збуту, рекламного відділу, департаменту інноваційного розвитку, P&R відділу, тощо; консалтинг-менеджер, Інтернет-маркетолог, SEO-менеджер, SMM-менеджер, арт-директор, тощо; менеджер з маркетингу, P&R менеджер, бренд-менеджер, маркетолог-аналітик, тощо; менеджер чи фахівець агенції (маркетингової, PR, рекламної, івент, дослідницької, консалтингової, тощо). Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати себе на ринку праці, а саме: на підприємствах усіх галузей промисловості та с/г; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у в фінансовій сфері; у в сфері digital-маркетингу (усі цифрові канали для залучення та утримання клієнтів, інтернет-маркетинг, SEO, SEM, e-mail-маркетингу, контент-маркетинг, мобільні додатки, e-commerce); в рекламній галузі; в некомерційній сфері; в сфері освіти; freelancer.
<i>Продовження навчання</i>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, НРК України – 7 рівень, EQF-LLL – 7 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Стратегії навчання: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Контактні години побудовані у формі лекцій, семінарів та практичних занять в інтерактивному форматі. Самостійна робота студентів здійснюється під керівництвом викладача та передбачає опанування наукової, науково-методичної, професійної літератури фахової спрямованості та виконання на її основі індивідуальних та/або командних проєктів, розв'язання бізнес-кейсів, роботу у командах.
<i>Оцінювання</i>	- Поточний контроль (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, захист проєктних робіт, тощо); - Підсумковий контроль (усні та письмові екзамени, заліки з урахуванням попередньо накопичених балів; захист курсових роботи). - Атестація бакалаврів з маркетингу здійснюється у формі Атестаційного екзамену
<i>Форми атестації здобувачів</i>	Атестація здійснюється у формі Атестаційного екзамену

<i>вищої освіти</i>	
<i>Вимоги до Атестаційного екзамену</i>	Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою.
6. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА	
<i>Інтегральна компетентність</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.
<i>Загальні компетентності</i>	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу

	на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та 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 та 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.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

<i>Кадрове забезпечення</i>	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 КМ № 347 від 10.05.2018) Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми включає науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформувати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми. Гарант, члени проектної групи і група забезпечення відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. До викладання професійних дисциплін залучаються представники локального, регіонального та національного бізнесу, органів місцевого самоврядування, професійних організацій, грантових програм, запрошені лектори, бізнес-тренери. Члени групи забезпечення спеціальності є науковими керівниками здобувачів ступеня кандидата економічних наук, переможців та призерів міжнародних та всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт. Члени групи забезпечення мають публікації, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Матеріально-технічне забезпечення та стан приміщень дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Відповідають технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення 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 із змінами. В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій
<i>Інформаційне навчально-методичне забезпечення</i>	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає вимогам щодо 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., із змінами. Ефективному управлінню освітньою діяльністю сприяє Єдина державна електронна база з питань освіти. Наявність інформаційного забезпечення: 1. Використання віртуального навчального середовища Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича та авторських розробок професорсько-викладацького складу. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, в тому числі в електронному вигляді. 2. Наукова бібліотека ЧНУ має електронний каталог в мережі Інтернет

	(ведеться з 2003 р.), понад 500 тис. записів (книги, аналітичний опис періодичних видань та збірників та ін.), Інтернет-путівник по цікавих та значимих сайтах та порталах, систематизований за розділами знань та типами ресурсів доступ до електронних архівів, колекцію оцифрованих ресурсів з фонду НБ ЧНУ - видання з колекцій відділу рідкісних книг та рукописів, наукові вісники ЧНУ, списки дипломних та магістерських робіт тощо. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань. 3. Офіційний веб-сайт закладу освіти, на якому 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. 4. Archer – інституційний репозитарій відкритого доступу представників ЧНУ, документи якого мають постійну URL- адресу, індексуються різноманітними пошуковими системами. 5. Електронний ресурс закладу освіти (сайт електронного навчання), який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану – 100%. Інформаційна система навчального процесу ґрунтується на застосуванні платформ дистанційного навчання Moodle, Google Meet, Zoom, Classroom спілкуванні через корпоративну пошту ЧНУ. Наявність навчально-методичного забезпечення: 1. Навчальний план, силабуси та робочі програми з дисциплін навчального плану. 2. Представлений в системі Moodle комплекс навчально-методичного забезпечення з дисциплін навчального плану. 3. Підручники, навчальні посібники та інші навчально-методичні матеріали або їх наявність в електронній формі. 4. Методичні матеріали до навчальної та виробничих практик, курсових робіт. 5. Методичні матеріали до проведення атестації здобувачів.
9. АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Реалізується в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами: Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом. Здобувачі вищої освіти ОП 075 Маркетинг в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги. Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.
<i>Навчання іноземців</i>	Допускається за умови вивчення української мови

9. Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

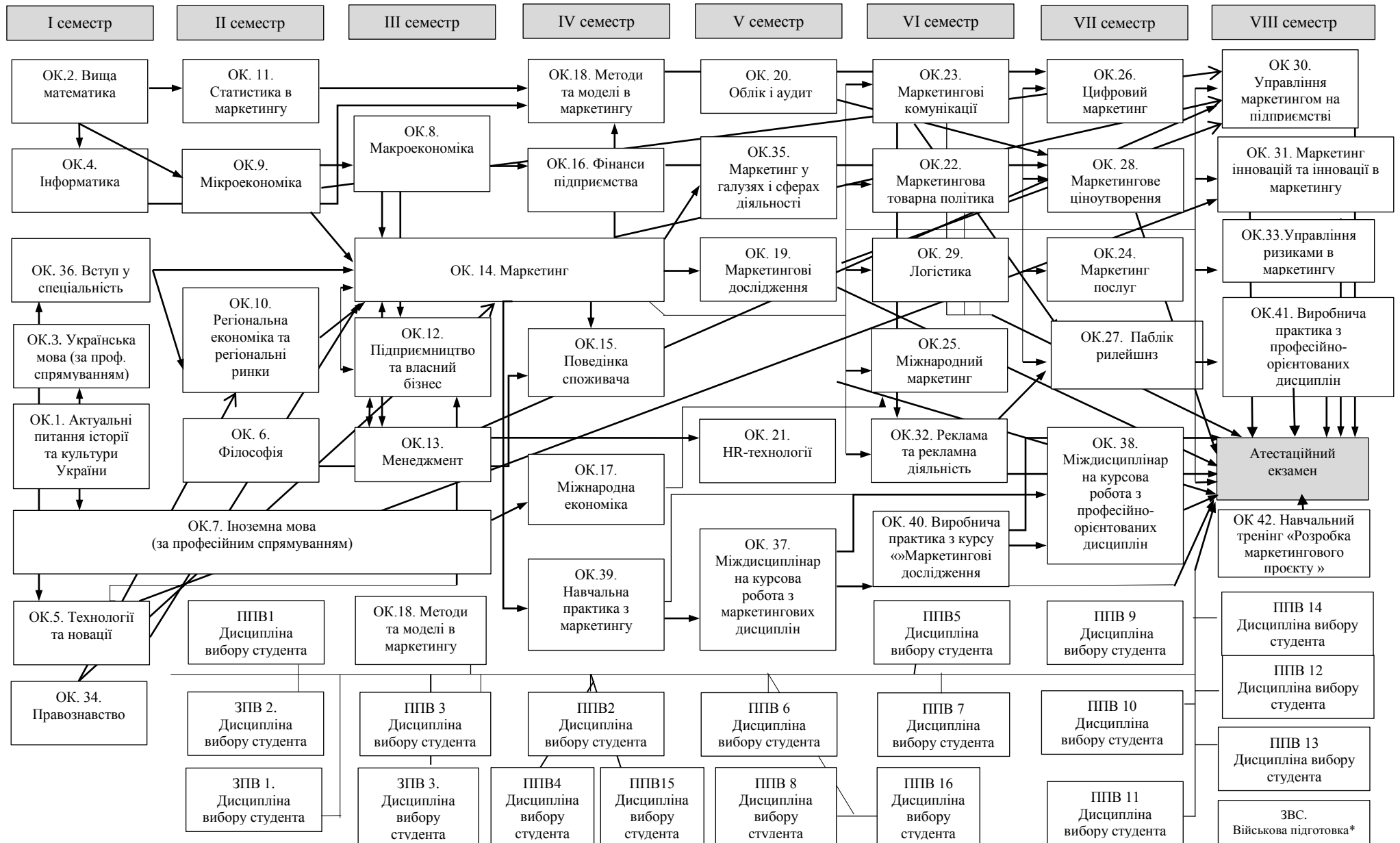
9.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, тренінги)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Актуальні питання історії та культури України	4	екзамен
ОК 2	Вища математика	4	екзамен
ОК 3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 4	Інформатика	4	екзамен
ОК 5	Технології та новації	5	екзамен
ОК 6	Філософія	4	екзамен
ОК 7	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен
ОК 8	Макроекономіка	4	екзамен
ОК 9	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 10	Регіональна економіка та регіональні ринки	5	екзамен
ОК 11	Статистика в маркетингу	4	екзамен
ОК 12	Підприємництво та власний бізнес	5	екзамен
ОК 13	Менеджмент	4	екзамен
ОК 14	Маркетинг	9	залік, екзамен
ОК 15	Поведінка споживача	5	екзамен
ОК 16	Фінанси підприємств	4	екзамен
ОК 17	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОК 18	Методи та моделі в маркетингу	4	екзамен
ОК 19	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 20	Облік і аудит	4	залік
ОК 21	HR-технології	4	екзамен
ОК 22	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 23	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 24	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 25	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОК 26	Цифровий маркетинг	4	екзамен
ОК 27	Паблік рилейшинз	4	залік
ОК 28	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 29	Логістика	5	екзамен
ОК 30	Управління маркетингом на підприємстві	4	екзамен
ОК 31	Маркетинг інновацій та інновації у маркетингу	4	екзамен
ОК 32	Реклама та рекламна діяльність	4	залік
ОК 33	Управління ризиками в маркетингу	4	залік
ОК34	Правознавство	4	залік
ОК 35	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	4	екзамен
ОК 36	Вступ у спеціальність	4	залік
ОК 37	Міждисциплінарна курсова робота з маркетингових дисциплін	3	екзамен
ОК 38	Міждисциплінарна курсова робота з професійно-орієнтованих дисциплін	3	екзамен
ОК 39	Навчальна практика з маркетингу	3	екзамен
ОК 40	Виробнича практика з курсу «Маркетингові дослідження»	3	екзамен
ОК 41	Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін	4	екзамен
ОК 42	Навчальний тренінг «Розробка маркетингового проекту»	5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент: 42		178	
Загальний обсяг вибірових компонент: 19		62	
ЗВС. Військова підготовка*			
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ : 62		240	

9.2. Таблиця дисциплін до структурно-логічної схеми ОП

1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Актуальні питання історії та культури України	Філософія	Макроекономіка	Маркетинг	Маркетингові дослідження	Маркетингова товарна політика	Маркетинг послуг	Управління маркетингом на підприємстві
Вища математика	Іноземна мова(за професійним спрямуванням)	Іноземна мова(за професійним спрямуванням)	Поведінка споживача	Облік і аудит	Маркетингові комунікації	Цифровий маркетинг	Маркетинг інновацій та інновації у маркетингу
Українська мова (за проф. спрямуванням)	Мікроекономіка	Підприємництво та власний бізнес	Фінанси підприємств	HR-технології	Міжнародний маркетинг	Паблік рилейшнз	Управління ризиками в маркетингу
Інформатика	Регіональна економіка та регіональні ринки	Менеджмент	Міжнародна економіка	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	Логістика	Маркетингове ціноутворення	Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін
Технології та новації	Статистика в маркетингу	Маркетинг	Навчальна практика з маркетингу	Міждисциплінарна курсова робота з маркетингових дисциплін	Реклама та рекламна діяльність	Міждисциплінарна курсова робота з професійно-орієнтованих дисциплін	Навчальний тренінг «Розробка маркетингового проєкту»
Іноземна мова(за професійним спрямуванням)	ППВ 1	Методи та моделі в маркетингу	ППВ 4	ППВ 6	Виробнича практика з курсу «Маркетингові дослідження»	ППВ9	Атестаційний екзамен
Вступ у спеціальність	ЗПВ 1	ППВ 3	ППВ15	ППВ 8	ППВ 7	ППВ 10	ППВ 12
Правознавство	ЗПВ 2	ЗПВ 3	ППВ2	ППВ 16	ППВ 5	ППВ 11	ППВ 13
							ППВ 14

10. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ



Матриця відповідності програмних компетентностей (6-й рівень, бакалаврський) компонентам освітньої програми

Освітні компоненти	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
		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
Обов'язкові компоненти ОП																													
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.						+	+								+	+		+							+				

Освітні компоненти	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
		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
ОК 25.						+							+					+									+		
ОК 26.				+				+	+							+			+					+					
ОК 27.						+	+	+	+		+				+		+		+						+		+		
ОК 28.						+	+						+						+	+	+			+					
ОК 29.						+	+																		+		+		
ОК 30.							+				+							+	+		+	+					+	+	
ОК 31.					+	+													+			+	+					+	
ОК 32.			+			+					+			+				+		+					+				
ОК 33.							+		+			+						+				+		+					
ОК 34.		+												+															
ОК 35				+		+	+					+							+						+		+		
ОК 36.				+		+					+																		
ОК 37.					+	+		+							+	+			+							+			
ОК 38.					+	+		+							+	+	+	+			+					+			
ОК 39.				+		+	+								+			+	+						+				
ОК 40			+					+	+			+								+					+	+	+	+	
ОК 41			+		+	+	+	+				+			+					+	+			+	+			+	
ОК 42			+		+	+	+	+				+			+					+	+			+	+			+	

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

Освітні компоненти	Програмні результати навчання (ПРН)																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
Обов'язкові компоненти ОП																		
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										+								

Освітні компоненти	Програмні результати навчання (ПРН)																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
OK 22	+		+											+				
OK 23	+						+			+								
OK 24	+		+			+										+		
OK 25	+		+		+										+			
OK 26			+				+	+		+								
OK 27							+			+				+			+	
OK 28			+			+					+							
OK 29				+	+	+	+											
OK 30		+	+	+	+	+				+			+					
OK 31			+					+		+		+	+			+		
OK 32			+				+						+		+			
OK33			+		+			+	+		+							
OK34															+			+
OK35										+	+	+						
OK36												+				+	+	+
OK37	+		+													+	+	
OK38	+		+		+	+						+				+	+	
OK39	+		+									+					+	
OK40		+		+			+			+							+	
OK41		+		+	+	+						+				+	+	
OK42		+		+	+	+						+				+	+	

9.2. Каталог вибірових дисциплін ОП

Digital-маркетинг
 SMM-маркетинг
 Агромакетинг
 Айдентика та сторітейлінг
 Аналітика даних в маркетингу
 Анімаційні технології в маркетингу
 Брендинг
 Вибіркова навчальна дисципліна I (з каталогу університету)
 Вибіркова навчальна дисципліна II (з факультетського каталогу)
 Вибіркова навчальна дисципліна III (з факультетського каталогу)
 Власний бізнес та стартапінг
 Ділова комунікація іноземною мовою
 Екологічний маркетинг
 Електронна комерція
 Івент-маркетинг
 Інновації (англ. мова)
 Інформаційні війни та медіапланування
 Інформаційні технології в маркетингу
 Інфраструктура ринку товарів і послуг
 Історія культури, архітектури та мистецтва
 Історія маркетингу та маркетингова культура
 Історія реклами
 Комерційна діяльність
 Країнознавство
 Креативні індустрії
 Культура ведення бізнесу
 Маркетинг англійською мовою
 Маркетинг та інновації (англ. мова)
 Маркетинг в банках
 Маркетинг в IT-сфері
 Маркетинг в спорті
 Маркетинг в туризмі
 Маркетинг індустрії гостинності
 Маркетинг креативних індустрій
 Маркетинг персоналу
 Маркетинг територій
 Маркетингова документація
 Маркетингове планування
 Нейро-маркетинг
 Некомерційний маркетинг
 Іспанська розмовна мова
 Німецька розмовна мова
 Румунська розмовна мова
 Польська розмовна мова
 Практикум з менеджменту та підприємництва
 Презентація та переговори
 Програми лояльності
 Професійна іноземна мова
 Системи обробки маркетингової інформації (COMI)
 Стандартизація та сертифікація
 Стиль та мода
 Сторітелінг

Технології дизайну у маркетингу
Товарознавство та товарна експертиза
Торговельний маркетинг
Управління продажами
Фейсбук, Інстаграм та Тік-Ток
Фізичне виховання (за видами спорту)
Фінанси в маркетингу та оцінка
Кейс-стаді
Штучний інтелект та креатив
Штучний інтелект в маркетингу