

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: бакалавр маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ НУВГП

Голова вченої Ради

В.С. Мошинський

(протокол № 7 від «05» липня 2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2024 р.

Ректор

В.С. Мошинський

(наказ № 544 від «29» липня 2024 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

1. РОЗГЛЯНУТО

*На засіданні кафедри маркетингу ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 12 від 07 червня 2024 р.*

2. СХВАЛЕНО

*Науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 14 від 10 червня 2024 р.*

3. СХВАЛЕНО

*Вченою радою ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 15 від 27 червня 2024 р.*

4. ПОГОДЖЕНО

*Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи _____ В.С. Сорока*

*Завідувач навчально-методичного
відділу _____ Н.С. Ковальчук*

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти України: першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 – Маркетинг, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. №1343.

Розроблено робочою групою у складі:

Мальчик Мар'яна Василівна – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу НУВГП

Попко Олена Володимирівна – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу НУВГП

Оплачко Ірина Олександрівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП

Мартинюк Оксана Володимирівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП

Толчанова Зоя Олексіївна – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП

Рецензії-відгуки стейкхолдерів:

1. **Дейнега Інна Олександрівна** – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету, доктор економічних наук, професор.

2. **Лялюк Алла Миколаївна** – доцент кафедри маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки, гарант ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, кандидат економічних наук, доцент.

3. **Ботвінчук Анна Володимирівна** – начальник маркетингово-аналітичного відділу ТОВ «Реноме-Комфорт».

4. **Вакулка Олександр Олександрович** – заступник директора з маркетингу НВФ «Продекологія».

5. **Ковшун Наталія Едуардівна** – директор навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування, доктор економічних наук, професор.

6. **Савіна Наталія Борисівна** – проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, доктор економічних наук, професор.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075«Маркетинг»

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет водного господарства та природокористування Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу (Bachelor of Marketing)
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг (ID-124)
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців для денної форми навчання та 4 роки 10 місяців для заочної форми навчання
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня № 597 від 10.09.2020, виданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти. Строк дії – до 01.07.2026.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта – для бакалаврів з нормативним терміном навчання. Ступінь «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст») – для бакалаврів зі скороченим терміном навчання з можливістю перезарахування кредитів ЄКТС, отриманих 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. Ступінь «фаховий молодший бакалавр» – для бакалаврів зі скороченим терміном навчання з можливістю визнання та перезарахування – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої	Електронний репозиторій Національного університету водного господарства та природокористування:

програми	http://ep3.nuwm.edu.ua/
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, здатні застосовувати отримані знання в наукових дослідженнях проблем розвитку теорії та практики маркетингу.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область	Галузь знань: 07 – Управління та адміністрування Спеціальність: 075 – Маркетинг Освітня програма: 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 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 освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	В освітній програмі акцент робиться на здобутті навичок та знань у сфері маркетингу, що передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти та кар'єрного зростання. Програма професійна прикладна; структура програми передбачає динамічне, інтегративне та інтерактивне навчання з урахуванням запитів регіональних суб'єктів ринкових відносин у бізнес-середовищі. Програма пропонує комплексний підхід до набуття фахових компетенцій для здійснення маркетингової діяльності, реалізує це через навчання та практичну підготовку. Дисципліни та модулі, включені в програму,

	орієнтовані на актуальні напрями, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра здобувача. Ключові слова: маркетинг, поведінка споживача, маркетинг промислового підприємства, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, діджитал-маркетинг, сталий розвиток; маркетингові комунікації, управління продажами.
Особливості програми	Програма спрямована на формування рівня знань та навичок з маркетингового фаху, з урахуванням вимог концепції сталого розвитку, а також практично-орієнтованого підходу до навчання відповідно до візії та місії НУВГП. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища, з урахуванням кадрових потреб на регіональному ринку праці. Формує фахівців з новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи та інструменти маркетингу, але й удосконалювати їх на базі сучасних досягнень.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники здатні виконувати професійну роботу в різних підрозділах підприємств та організацій усіх форм власності та організаційно-правових форм. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної та науково-дослідної діяльності у сфері маркетингу. Зокрема, бакалавр маркетингу (освітньо-професійної програми «Маркетинг») може працювати на таких посадах за Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010: 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, Менеджер (управитель) з логістики Менеджер (управитель) із збуту, Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Консультант з маркетингу Рекламист Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 3415 Агент комерційний Мерчандайзер Торговець комерційний

	Торговець промисловий Представник торговельний 3419 Організатор із збуту Організатор з постачання 3429 Агент рекламний Представник з реклами Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
Подальше навчання	Можливість продовження навчання на другому (магістерському) освітньому рівні; отримання післядипломної освіти на споріднених та інших спеціальностях; підвищення кваліфікації; академічної мобільності.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер. Практичні заняття проводяться в малих групах, поширеними є кейс-метод, ситуаційні завдання, ділові ігри, технології фасилітації та тренінгу, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через модульний формат навчання та використання електронних підручників та методичних вказівок. Періодично відбуваються професійні зустрічі з практиками-маркетологами, лідерами думок. Акцент робиться на особистому саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати навчання, що сприятиме формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя.
Оцінювання	Внутрішня система оцінювання знань здобувачів вищої освіти проводиться відповідно до «Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти (нова редакція)» (введено в дію наказом ректора НУВГП від 26.05.2019 № 00310: http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/); «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування (нова редакція)» (введено в дію наказом ректора НУВГП 11.12.2023 №803: https://ep3.nuwm.edu.ua/28552/); «Порядку організації контролю та оцінювання навчальних досягнень студентів у європейській кредитно-трансферній системі (ЄКТС)», «Засобів діагностики якості вищої освіти бакалавра», «Системи оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти (семестровий поточний контроль) зі змінами та доповненнями»: https://ep3.nuwm.edu.ua/21123/ .
6. Програмні компетентності	
Інтегральна	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та

компетентність	практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та

	прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. Програмні результати навчання	
	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

	ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН15. 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. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
--	--

	ПРН19. Вміти застосовувати маркетинговий інструментарій у водогосподарській галузі. ПРН20. Вміти застосовувати основні закономірності безпечних, ресурсно-ефективних і екологічно-дружніх технологій в управлінні господарюючими суб'єктами в рамках концепції сталого розвитку та екологічного маркетингу. ПРН21. Вміти застосовувати основні інструменти екологічного маркетингу відповідно до міжнародних стандартів системи якості та безпечності. ПРН22. Вміти обґрунтовувати еколого-економічну доцільність переорієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно орієнтованих потреб і запитів споживачів. ПРН23. Знати шляхи та методи створення і стимулювання попиту на екологічні товари.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідно ліцензійних вимог, затверджених постановою Кабінету міністрів України від 30 грудня 2015р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». Специфічні характеристики кадрового забезпечення наведені у Ліцензійній справі. Навчально-виховний процес в університеті здійснюється висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом, здатним проводити навчання та виховання студентів на рівні сучасних вимог. Професійно-орієнтована підготовка студентів виконується на випусковій кафедрі маркетингу.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу (навчальні приміщення, спеціалізовані кабінети, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання тощо) відповідає потребам та вимогам до проведення лекційних і практичних занять, у т.ч. в дистанційному режимі (доступ до системи дистанційного навчання Moodle, Microsoft Office 365). Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Інструменти та обладнання: обладнання для практичних занять, комп'ютерна техніка для опрацювання отриманих на практичних заняттях даних, реалізації мультимедійних засобів навчання, пошуку та аналізу інформації в мережі Internet. В НУВГП є локальні комп'ютерні мережі. з доступом до мережі Інтернет.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Здобувачі вищої освіти забезпечені доступом до Інтернет-ресурсів та можливістю використання пакетів спеціалізованих прикладних програм, аудиторій оснащених сучасними засобами навчання.

	Передбачено використання авторських розробок професорсько-викладацького складу. Інформацію про навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти розміщено на офіційному веб-сайті http://www.nuwm.edu.ua. Інформаційне забезпечення: - цифровий репозиторій НУВГП: http://ep3.nuwm.edu.ua/view/creators/index.==041D.html; - Наукова бібліотека НУВГП: https://lib.nuwm.edu.ua/; - доступ до електронних журналів; - доступ до електронних бібліотечних ресурсів світу. Навчально-методичне забезпечення представлено в: - цифровому репозиторії НУВГП (http://ep3.nuwm.edu.ua/view/creators/index.==041D.html); - системі Moodle – https://exam.nuwm.edu.ua/; - на Платформі силабусів – https://syllabus.nuwm.edu.ua/; Здобувачі вищої освіти мають доступ до електронного навчального середовища Moodle: https://exam.nuwm.edu.ua/. За необхідності проведення заняття в дистанційній формі використовується платформа https://meet.google.com/meet.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. До керівництва науковою роботою здобувачів можуть бути залучені провідні фахівці університетів України на умовах індивідуальних договорів. Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших університетах України, за умови відповідності їх набутих компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ЗВО НУВГП та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою. Центр міжнародного співробітництва та освіти НУВГП: https://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdi/crismv .

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

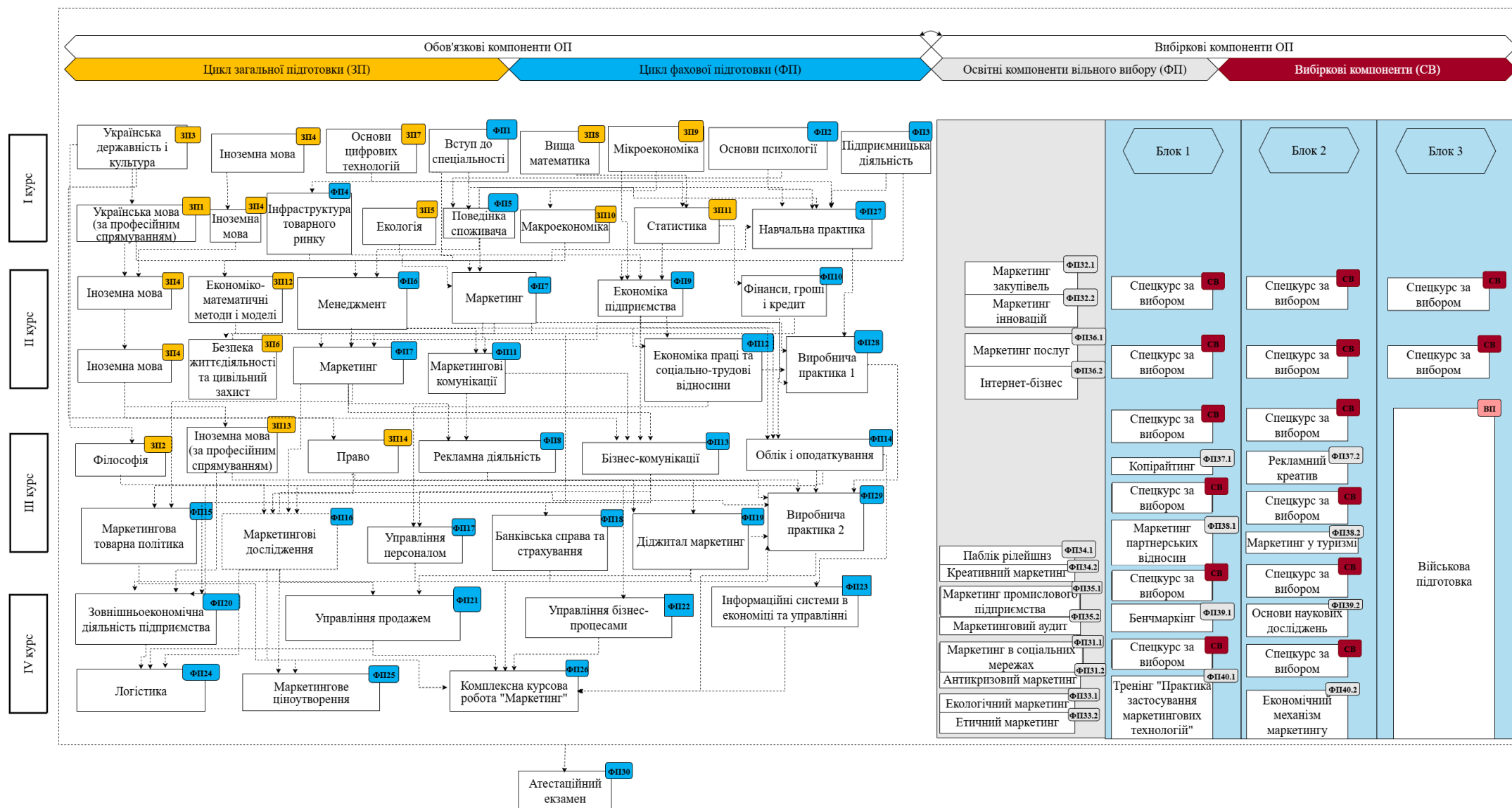
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ЗП1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ЗП2	Філософія	3	екзамен
ЗП3	Українська державність і культура	4	залік
ЗП4	Іноземна мова	12	залік, екзамен
ЗП5	Екологія	3	залік
ЗП6	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	3	залік
ЗП7	Основи цифрових технологій	3	екзамен
ЗП8	Вища математика	4	екзамен
ЗП9	Мікроекономіка	4	залік
ЗП10	Макроекономіка	4	екзамен
ЗП11	Статистика	4	екзамен
ЗП12	Економіко-математичні методи і моделі	4	залік
ЗП13	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
ЗП14	Право	4	залік
ФП1	Вступ до спеціальності	4	залік
ФП2	Основи психології	4	залік
ФП3	Підприємницька діяльність	3	залік
ФП4	Інфраструктура товарного ринку	5	залік
ФП5	Поведінка споживача	6	екзамен
ФП6	Менеджмент	4	екзамен
ФП7	Маркетинг	10	екзамен
ФП8	Рекламна діяльність	4	екзамен
ФП9	Економіка підприємства	4	залік
ФП10	Фінанси, гроші і кредит	4	екзамен
ФП11	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ФП12	Економіка праці та соціально-трудова відносини	3	залік
ФП13	Бізнес-комунікації	3	залік
ФП14	Облік і оподаткування	4	екзамен
ФП15	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ФП16	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ФП17	Управління персоналом	4	екзамен
ФП18	Банківська справа та страхування	3	залік
ФП19	Діджитал маркетинг	5	екзамен
ФП20	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	3	екзамен
ФП21	Управління продажем	4	екзамен
ФП22	Управління бізнес-процесами	3	залік
ФП23	Інформаційні системи в економіці та управлінні	3	залік
ФП24	Логістика	6	екзамен
ФП25	Маркетингове ціноутворення	4,5	екзамен
ФП26	Комплексна курсова робота «Маркетинг»	3	залік
ФП27	Навчальна практика	3	залік
ФП28	Виробнича практика 1	3	залік
ФП29	Виробнича практика 2	3	залік
ФП30	Атестаційний екзамен	1,5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		178	х

Вибіркові компоненти ОП			
ФП31.1	Маркетинг в соціальних мережах	4	екзамен
ФП31.2	Антикризовий маркетинг		
ФП32.1	Маркетинг закупівель	4	залік
ФП32.2	Маркетинг інновацій		
ФП33.1	Екологічний маркетинг	5	екзамен
ФП33.2	Етичний маркетинг		
ФП34.1	Паблік рілейшнз	5	залік
ФП34.2	Креативний маркетинг		
ФП35.1	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ФП35.2	Маркетинговий аудит		
ФП36.1	Маркетинг послуг	5	екзамен
ФП36.2	Інтернет-бізнес		
	Всього	27	х
Вибірковий блок 1			
СВ	Спецкурс за вибором	18	залік
ФП37.1	Копірайтинг	4	залік
ФП38.1	Маркетинг партнерських відносин	5	залік
ФП39.1	Бенчмаркінг	4	залік
ФП40.1	Тренінг «Практика застосування маркетингових технологій»	4	залік
	Всього	35	х
Вибірковий блок 2			
СВ	Спецкурс за вибором	18	залік
ФП37.2	Рекламний креатив	4	залік
ФП38.2	Маркетинг у туризмі	5	залік
ФП39.2	Основи наукових досліджень	4	залік
ФП40.2	Економічний механізм маркетингу	4	залік
	Всього	35	х
Вибірковий блок 3			
СВ	Спецкурс за вибором	6	залік
ВП	Військова підготовка	29	екзамен
	Всього	35	х
Загальний обсяг вибіркових компонент		62	х
Загальний обсяг освітньої програми		240	х

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» є складовою освітньої програми, що визначає логічну послідовність вивчення освітніх компонент, а також погодження їх змісту за темами в часі. Розроблена для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти згідно з кваліфікаційними вимогами до видів професійної діяльності. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» сформована з урахуванням взаємозв'язку між освітніми компонентами, практиками і підсумковою атестацією першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: «Бакалавр маркетингу». Атестаційний екзамен має оцінювати рівень досягнення результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти, освітньою програмою.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

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

	ЗП1	ЗП2	ЗП3	ЗП4	ЗП5	ЗП6	ЗП7	ЗП8	ЗП9	ЗП10	ЗП11	ЗП12	ЗП13	ЗП14	ФП1	ФП2	ФП3	ФП4	ФП5	ФП6	ФП7	ФП8	ФП9	ФП10	ФП11	ФП12	ФП13	ФП14	ФП15	ФП16	ФП17	ФП18	ФП19	ФП20		
ПРН 1															●	●					●															
ПРН 2								●	●									●				●							●	●		●				
ПРН 3								●	●													●														
ПРН 4								●	●							●						●		●				●	●	●	●		●	●		
ПРН 5									●	●	●							●	●	●		●		●					●	●	●	●		●	●	
ПРН 6								●	●									●				●		●												
ПРН 7							●															●						●		●			●	●		
ПРН 8																						●											●	●		
ПРН 9										●									●		●		●												●	
ПРН 10																						●				●										
ПРН 11			●				●												●						●			●								
ПРН 12															●				●							●			●	●	●					
ПРН 13																		●		●			●			●						●				
ПРН 14															●			●		●					●	●	●									
ПРН 15		●	●	●						●	●		●	●		●	●	●				●				●	●	●		●			●		●	
ПРН 16				●		●	●						●	●	●	●	●		●	●				●		●	●	●					●	●		
ПРН 17	●			●									●	●								●				●		●								
ПРН 18	●	●	●																	●		●				●									●	
ПРН 19																																				
ПРН 20					●																	●								●						
ПРН 21					●																									●						
ПРН 22					●																									●						
ПРН 23					●																		●							●						

[illegible]

