

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврський) рівня вищої освіти

галузь знань *07 Управління та адміністрування*
спеціальність *075 Маркетинг*
освітня кваліфікація *Бакалавр маркетингу*

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ



Голова вченої ради

Володимир ОНИЩЕНКО

(протокол № 8 від «31» 05 2024 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з
01.09.2024

Ректор

Володимир ОНИЩЕНКО

(наказ № 38 від «19» 06 2024 р.)

Полтава, 2024


ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми
«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Перший (бакалаврський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Бакалавр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 Управління та адміністрування</u>
	<u>075 Маркетинг</u>
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>Бакалавр маркетингу</u>


ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи


Анатолій МАРТИНЕНКО
« 30 » 05 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор департаменту організації навчального процесу, акредитації та ліцензування


Олег МАКСИМЕНКО
« 30 » 05 2024 р.

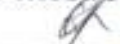
РЕКОМЕНДОВАНО

Вченою радою
Навчально-наукового інституту
фінансів, економіки, управління і права
Протокол № 8 від «25» 04 2024 р.
Голова вченої ради інституту


Світлана ОНИЩЕНКО

СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією
Навчально-наукового інституту
фінансів, економіки, управління і права
Протокол № 8 від «23» 03 2024 р.
Голова НМК інституту


Євгенія КАРПЕНКО


СХВАЛЕНО

Кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол № 8 від «08» 03 2024 р.
Завідувач кафедри


Марина ЧИЖЕВСЬКА

РОЗРОБЛЕНО

Проектною (робочою) групою,
Керівник проектної (робочої) групи,
гарант освітньо-професійної програми


Андрій СКРИЛЬНИК
« 06 » 03 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

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

Програму розроблено проектною (робочою) групою у складі:

Керівник проектної (робочої) групи:

Скрильник Андрій Сергійович – гарант освітньо-професійної програми, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу;

Члени проектної (робочої) групи:

Добрянська Вікторія Вікторівна – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат технічних наук, доцент.

Івасенко Олена Анатоліївна – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат економічних наук.

До розробки освітньої програми були долучені:

Бойко Ю.О. – директор рекламної агенції «Бойко», засновник ТОВ «Полтава Медіа-маркет»

Романенко О.О. – співвласник рекламної агенції «Lamp Agency»;

Товстун В.В. – директор Полтавської філії Товариства з обмеженою відповідальністю «Метал Холдінг трейд»;

Олексенко С.О. – заступник начальника з реклами та розвитку Комунального підприємства «Полтава-сервіс» Полтавської міської ради;

Брижань І.А. – керівник проектного офісу GIZ у м. Полтава проекту «Інтегрований розвиток міст в Україні - II», доктор економічних наук, доцент;

Бур'ян А.С. - випускниця спеціальності 075 «Маркетинг», 2023 р.;

Лук'янова А.С. – ЗдВО спеціальності 075 «Маркетинг», 2024 р.

Зовнішні рецензенти:

Полтавської філії Товариства з обмеженою відповідальністю «Метал Холдінг трейд»;

Сумський державний університет

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ТОВ «Полтава Медіа-маркет»

ПП «Аутсорсингова компанія «БУКАД»

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

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

1.1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» Навчально–науковий інститут фінансів, економіки, управління та права Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
Рівень вищої освіти	Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми	http:// nupp.edu.ua/uk/
Форми навчання	Денна, заочна, дистанційна
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
Опис предметної області	<p>Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності</p> <p>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 і формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права випускників	Можливість продовження навчання на другому (магістерського) рівні вищої освіти та здобувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти

Обсяг кредитів за Європейською кредитно-трансферною системою, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти	240 кредитів ЄКТС Термін навчання – 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	_____
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	01.07.2024
1.2. Мета освітньої програми	
Мета освітньої програми полягає в підготовці кваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасними знаннями, економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності суб'єктами господарювання усіх сфер економічної діяльності і маркетингового супроводження стратегічного управління розвитком територіальних громад.	
1.3. Характеристика освітньої програми	
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма для бакалавра: практична, прикладна.
Основний фокус освітньої програми	Здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» у галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність – 075 «Маркетинг». Отримання фундаментальних знань із загальноекономічних і фахових дисциплін та навичок практичної роботи для формування професійних компетентностей у сфері маркетингу. Фокус освітньо-професійної програми сконцентровано на отриманні загальних і спеціальних компетентностей, які забезпечують підготовку фахівців маркетологів-аналітиків у сфері бізнесу та креативної економіки й супроводження стратегічного управління розвитком територіальних громад. Ключові слова: маркетинг, аналітика, дослідження, управління, бізнес, креативна економіка, бізнес-планування, дослідження, управління продажами, ризики.
Особливості та відмінності програми	Освітньо-професійна програма орієнтується на сучасні наукові дослідження у сфері маркетингу, враховує актуальні тенденції розвитку маркетингу за галузевим, територіальним та міжнародним аспектами із залучення до освітнього процесу спеціалістів-практиків (професіоналів) й інших стейкхолдерів. Особливістю освітньо-професійної програми полягає у забезпеченні набуття здобувачами ступеня вищої освіти «бакалавр» додаткових компетентностей щодо використання інструментів маркетингу в сфері ефективного адміністрування й раціонального управління розвитком територіальних громад. Студенти мають можливість видобувати індивідуальну освітню траєкторію шляхом вибору навчальних дисциплін з відкритого

	каталогу університету та вибору одного із 2-х наборів професійно-орієнтованих навчальних дисциплін, що поглиблюють опанування сучасних знань, практичного досвіду й управлінських умінь ведення самостійної маркетингової діяльності в креативних індустріях і аналітичного супроводження бізнес-процесів суб'єктів господарювання.
1.4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівці готуються для організаційної, управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Випускник ступеня вищої освіти «бакалавр» після успішного опанування освітньо-професійної програми здатний виконувати професійну роботу фахівця та відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: 2419.2 Консультант з маркетингу / Фахівець із зв'язків із громадськістю та пресою / Фахівець-аналітик із дослідження товарного ринку / Рекламист / Фахівець із методів розширення ринку збуту (маркетолог) 3415 Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний; 3419 Організатор зі збуту / Оператор із постачання / Інспектор-товарознавець; 3429 Агент рекламний / Представник з реклами / Торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 3442 Інспектор з контролю за цінами
Подальше навчання	Навчання впродовж життя для саморозвитку і вдосконалення професійної, та інших видів діяльності. Можливість продовження підготовки на наступному рівні вищої освіти (магістр), а також підвищення кваліфікації й отримання додаткової післядипломної освіти
1.5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання з елементами дистанційного навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення; виконання випускної кваліфікаційної, курсових та розрахунково-графічних робіт, програм практик, підручників, посібників, методичних вказівок, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет та звітності суб'єктів господарювання.
Оцінювання	Форми контролю: тестування, опитування, дискусії, презентації, письмові есе, самоконтроль та самооцінка, контрольні роботи, звіти про практику, захист курсових і розрахунково-графічних робіт, диференційований залік, екзамени, виконання та захист кваліфікаційної роботи. Види контролю: поточний та підсумковий. Шкала оцінювання: оцінювання навчальних досягнень здобувачів ступеня вищої освіти «бакалавр» здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F)
1.6. 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)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні</p>

	<p>системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
Спеціальні, передбачені закладом вищої освіти	СК15. Здатність використовувати інструменти маркетингу в сфері ефективного адміністрування й раціонального управління розвитком територіальних громад.
1.7. Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>

	<p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
Передбачені закладом вищої освіти	P19. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини між органами місцевого самоврядування, бізнесом та громадою.
1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програм	
Кадрове забезпечення	Усі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму відповідають за кваліфікацією профілю і напряду дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи. Гарант, та група забезпечення відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. У процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької / управлінської / інноваційної роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньо-професійною програмою.</p> <p>Навчальний простір університету створює можливості для спілкування та навчання студентів у спеціалізованих аудиторіях для проведення лекційних, практичних і лабораторних занять, які забезпечені мультимедійним обладнанням; комп'ютерні класи для опанування профільного програмного забезпечення зі спеціальності; конференційний та бібліотечний простір для проведення конференцій, круглих столів та наукових гуртків; місця для індивідуальної роботи та простір для спілкування і групової роботи.</p> <p>Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний сайт: http://nupr.edu.ua;</p> <ul style="list-style-type: none"> – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека, читальні зали; – платформа дистанційної освіти Moodle; – корпоративна пошта; – навчальні і робочі плани; – графіки навчального процесу; – робочі програми навчальних дисциплін, силабуси; – дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти з дисциплін;

	<ul style="list-style-type: none"> – програми практик; – методичні вказівки щодо виконання курсових та розрахунково-графічних робіт, кваліфікаційної роботи; – критерії оцінювання рівня підготовки. <p>Освітньо-професійна програма повністю забезпечена з усіх освітніх компонентів, наявність яких представлена в модульному середовищі освітнього процесу університету</p>
1.9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» в межах України та згідно з Положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» на академічну мобільність.</p> <p>https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/doc/polozhennia/akademichna-mobilnist.pdf</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Може реалізовуватися здобувачами вищої освіти відповідно до укладених угод Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» та угоди (Еразмус+K1) у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах поза межами України та згідно з Положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» на академічну мобільність.</p> <p>https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/doc/polozhennia/akademichna-mobilnist.pdf</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних студентів може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства</p>

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

2.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми

№ з/п	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти			
I. Цикл загальної підготовки		61	
ОК.1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Е
ОК.2.	Основи наукових досліджень	3	Е
ОК.3.	Історія України та української культури	3	Е
ОК.4.	Іноземна мова	8	Е
ОК.5.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8	Е
ОК.6.	Філософія	3	Е
ОК.7.	Політекономія	4	Е
ОК.8.	Мікроекономіка	4	Е
ОК.9.	Макроекономіка	4	ДЗ
ОК.10.	Математика для економіки та управління	6	Е
ОК.11.	Інформатика	4	ДЗ
ОК.12.	Правознавство	4	Е
ОК.13.	Безпека людини	3	ДЗ
ОК.14.	Фізичне виховання	4	ДЗ
II. Цикл професійної підготовки		119	
ОК.15.	Вступ до фаху	3	ДЗ
ОК.16.	Фінанси, гроші і кредит	4	Е
ОК.17.	Економіка підприємства	8	КР, Е
ОК.18.	Теорія мотивації та поведінка споживача	4	Е
ОК.19.	Маркетинг	10	КР, Е
ОК.20.	Логістика	3	Е
ОК.21.	Інформаційні системи та технології в маркетингу	4	Е
ОК.22.	Товарознавство	4	Е
ОК.23.	Маркетингова товарна політика	4	КР, Е
ОК.24.	Маркетинг в публічному управлінні	4	Е
ОК.25.	Digital-маркетинг	5	Е
ОК.26.	Соціальний маркетинг	4	ДЗ
ОК.27.	Маркетингові дослідження	5	КР, Е
ОК.28.	Маркетинг підприємств виробничої та невиробничої сфери	4	Е
ОК.29.	Маркетингове ціноутворення	4	Е
ОК.30.	Бізнес-планування	5	КР, Е
ОК.31.	Управління продажами	4	Е
ОК.32.	Маркетинг закупівель	4	Е
ОК.33.	Інноваційне підприємництво	4	Е
ОК.34.	Маркетингові комунікації	5	КР, Е
ОК.35.	Навчальна практика	3	ДЗ
ОК.36.	Виробнича практика	6	ДЗ
ОК.37.	Переддипломна практика	3	ДЗ
ОК.38.	Виконання кваліфікаційної роботи	15	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	

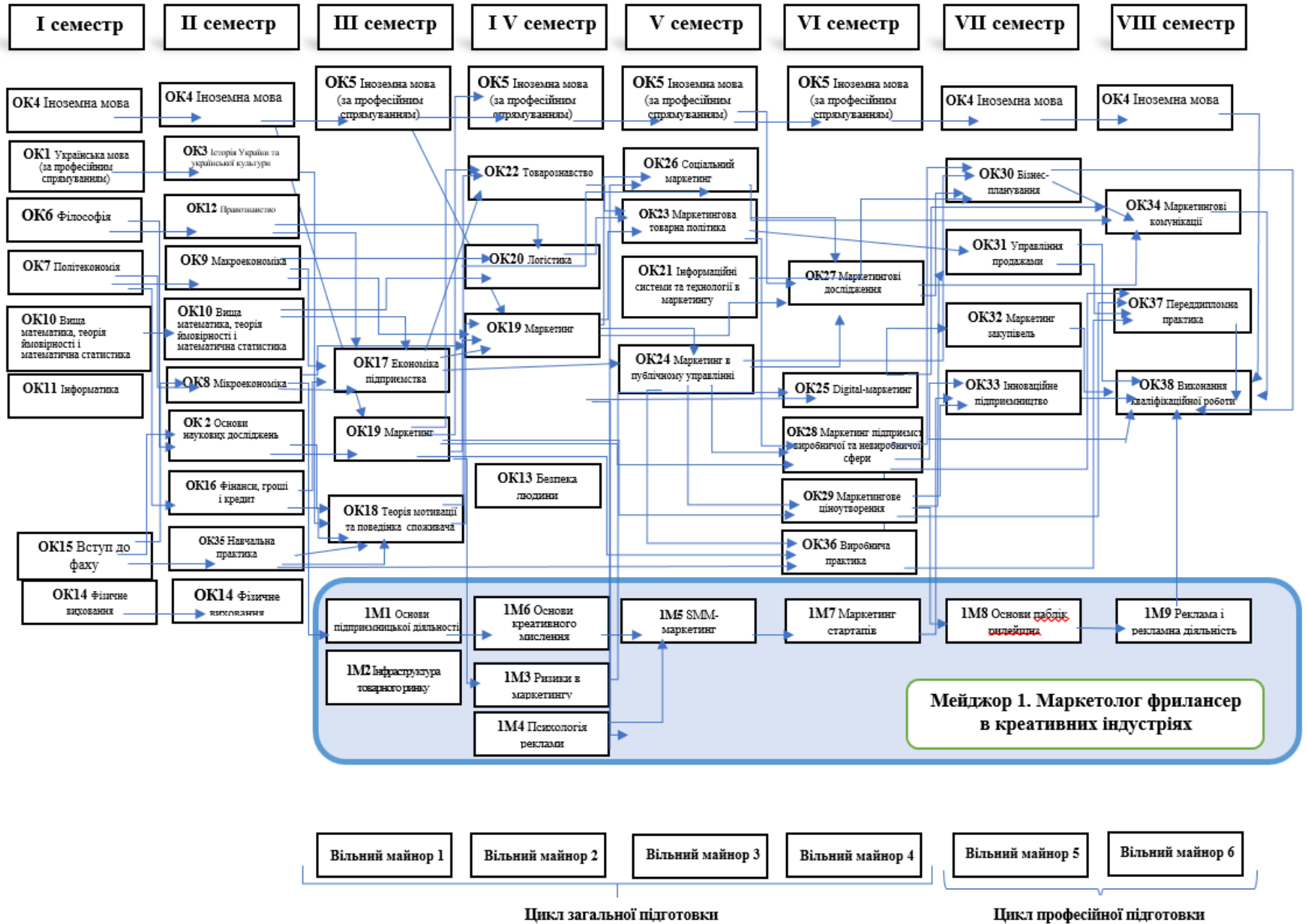
Вибіркові компоненти			
I. Цикл загальної підготовки		16	
УВМ 1	Вільний майнор 1	4	ДЗ
УВМ 2	Вільний майнор 2	4	ДЗ
УВМ 3	Вільний майнор 3	4	ДЗ
УВМ 4	Вільний майнор 4	4	ДЗ
II. Цикл професійної підготовки		44	
ІВМ1	Вільний майнор 1	4	ДЗ
ІВМ2	Вільний майнор 2	4	ДЗ
Мейджор 1 (Блок вибірових дисциплін №1) – Маркетолог фрилансер в креативних індустріях			
1М1	Основи підприємницької діяльності	4	ДЗ
1М2	Інфраструктура товарного ринку	4	Е
1М3	Ризики в маркетингу	4	ДЗ
1М4	Психологія реклами	4	Е
1М5	Основи креативного мислення	4	ДЗ
1М6	SMM-маркетинг	4	ДЗ
1М7	Маркетинг стартапів	4	ДЗ
1М8	Основи паблік рилейшнз	4	ДЗ
1М9	Реклама і рекламна діяльність	4	ДЗ
Мейджор 2 (Блок вибірових дисциплін №2) – Маркетолог-аналітик бізнес-процесів суб'єктів господарювання			
2М1	Аналіз галузевих ринків	4	ДЗ
2М2	Статистика	4	Е
2М3	Менеджмент	4	ДЗ
2М4	Обліково-аналітичне забезпечення діяльності суб'єкта господарювання	4	Е
2М5	Інноваційні технології оброблення економічної інформації	4	ДЗ
2М6	Маркетинг підприємств (організацій, установ) комунальної власності	4	ДЗ
2М7	Оцінка бізнесу	4	ДЗ
2М8	Маркетингова аналітика	4	ДЗ
2М9	Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків	4	ДЗ
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

КР – курсова робота

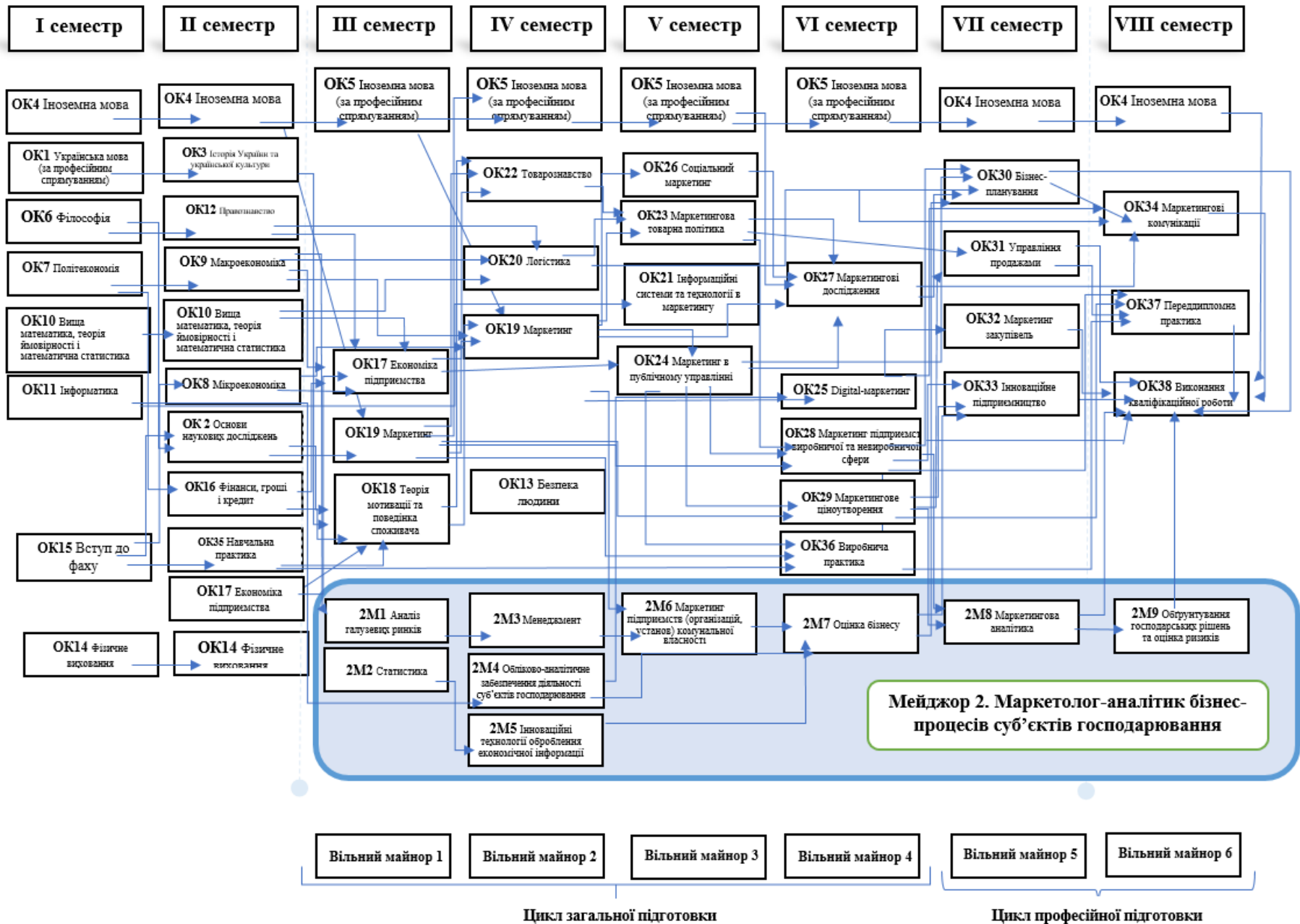
ДЗ – диференційований залік

Е - екзамен

2.2. Структурно-логічна схема ОПШ



2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здійснюється у формі публічного захисту 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 має бути оприлюднена на сайті закладу вищої освіти чи його структурного підрозділу або в інституційному репозиторії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

**4. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
НАВЧАЛЬНИМИ ДИСЦИПЛІНАМИ
(Обов'язкові компоненти)**

	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	ОК37	ОК38		
ПК	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
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								•											•					•	•			•	•								•	•		•
СК15								•									•							•	•	•	•	•											•	•

• – компетентність, яка набувається;

ОК_j – j номер компоненти освітньо-професійної програми;

ЗК_i – номер компетентності у списку загальних компетентностей профілю програми;

СК_i – номер компетентності у списку спеціальних компетентностей профілю програми.

**5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ
ДИСЦИПЛІНАМ
(Обов'язкові компоненти)**

	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	ОК37	ОК38					
P 1															•			•	•			•	•	•		•		•	•			•		•	•	•	•	•					
P 2								•	•	•								•	•									•	•	•	•	•					•	•	•	•			
P 3									•				•				•	•		•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•				•	•	•	•	•				
P 4	•										•						•						•	•	•	•	•	•	•		•							•	•	•			
P 5							•	•	•												•			•	•	•	•	•										•	•	•			
P 6																	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•		•	•	•	•	•					•	•	•		
P 7											•						•			•		•	•			•	•	•								•	•	•	•	•			
P 8																						•					•	•							•					•	•		
P 9																		•						•							•												
P 10	•		•	•	•	•	•								•		•	•	•	•	•	•	•			•	•	•			•							•	•	•			
P 11							•					•	•		•	•	•			•								•	•	•	•	•							•	•	•		
P 12	•	•	•	•	•					•		•		•							•															•	•			•	•	•	
P 13								•									•	•						•	•	•	•	•	•	•	•	•								•	•	•	
P 14																			•		•							•			•	•										•	•
P 15		•	•			•						•	•	•														•															
P 16	•	•		•	•			•	•	•					•				•		•	•	•				•	•	•										•	•	•	•	
P 17	•			•	•														•																							•	•
P 18	•	•	•			•	•						•	•		•		•												•												•	•
P 19									•									•							•	•	•	•	•	•	•											•	•

• – програмний результат, який набувається;

ОКj – j номер компоненти освітньо-професійної програми;

Pi – номер програмного результату навчання в списку профілю програми.