

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

ПРОЄКТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Одеського національного університету

імені І. І. Мечникова

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_ Вячеслав ТРУБА  
(протокол №    від «    »                    2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію

з «1» вересня 2023 р.

Ректор

Одеського національного університету

імені І. І. Мечникова

\_\_\_\_\_ Вячеслав ТРУБА  
(наказ №    від «    »                    2022 р.)

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Галузі знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

Гарант освітньої програми:

доктор економічних наук,

професор кафедри маркетингу та бізнес-  
адміністрування

\_\_\_\_\_ Юрій РОБУЛ

**ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ**  
освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

**ІНІЦІЙОВАНО**

проектною групою освітньої програми  
від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Юрій РОБУЛ

**СХВАЛЕНО**

навчально-методичною комісією економіко-правового факультету

Голова \_\_\_\_\_ Анжела ЛЕВЕНЕЦЬ

Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**СХВАЛЕНО**

вченою радою економіко-правового факультету

Голова \_\_\_\_\_ Людмила ТОКАРЧУК

Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**СХВАЛЕНО**

науково-методичною радою ОНУ імені І. І. Мечникова

Голова \_\_\_\_\_ Майя НІКОЛАЄВА

Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена проєктною групою економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова у складі:

1. Робул Юрій Володимирович – керівник проєктної групи, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;
2. Садченко Олена Василівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;
3. Селезньова Ольга Олександрівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;
4. Чайковська Марина Петрівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;
5. Гайворонська Інна Віталіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування.

### Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Семак Богдан Богданович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, проректор з наукової роботи Львівського торговельно-економічного університету.
2. Смотрич Жан Олександрович – директор Міжнародної академії бізнесу та маркетингу (International Marketing Business Academy), м. Київ, директор Loyalty Plant Ukraine.
3. Крячко Ігор Олегович – ТОВ «НПП «СВЛ», голова відділу розвитку бізнесу (Head of Business Development)
4. Снітківкер Ігор Геннадійович — ТОВ "ПАРТНЕРИ КАЙДЗЕН УКРАЇНА", засновник, директор, ТОВ "УКР ЕКСПОРТ СЕРВІС", директор.

## 1. Профіль освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Одеський національний університет імені І.І. Мечникова Економіко-правовий факультет
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації</b>	Бакалавр Бакалавр маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра; одиничний; - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 180 кредитів ЄКТС, термін навчання – 2 роки 10 місяців.
<b>Наявність акредитації</b>	До проведення акредитації
<b>Цикл / рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-ЕНЕА (РК ЄПВО) – перший (бакалаврський) цикл, МСКО – 6 рівень; EQF for LLL (ЄРК НВЖ) – 6 рівень.
<b>Передумови (Вимоги щодо попередньої освіти)</b>	Наявність повної загальної середньої освіти або ступеня «молодший бакалавр» / ОКР «молодший спеціаліст» Прийм на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська, англійська
<b>Термін навчання на освітній програмі</b>	3 роки 10 місяців
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	Офіційний сайт ОНУ за посиланням: Офіційні документи <a href="http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents">http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Програма ґрунтується на місії Університету та спрямована на набуття здобувачами вищої освіти здатності до розв'язування складних спеціалізованих задач у галузі маркетингу, що передбачає формування економічного способу мислення та розвиток компетентностей, необхідних для формування та реалізації маркетингової політики, забезпечення функціонування маркетингових систем на мікро- та макrorівнях для досягнення цілей організації та економічного розвитку з урахуванням інтересів суспільства, а також дослідження та аналізу професійної діяльності в галузі маркетингу.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	

<p><b>Предметна область (галузь знань)</b></p>	<p><b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> суть маркетингу як сучасної концепції управління організацією; поняттєво-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.</p> <p><b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструментарій та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p><b>Орієнтація освітньої програми</b></p>	<p>Програма орієнтована на формування компетентностей, які забезпечують здатність розв'язувати спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі маркетингу у межах професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування методів, технологій та положень теорії та практики маркетингу з метою формування системи маркетингу та впровадження засад професіоналізації маркетингової діяльності в контексті соціоекономічного та технологічного розвитку.</p>
<p><b>Основний фокус освітньої програми</b></p>	<p>Загальна (академічна) вища освіта в галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг».</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетинг-менеджмент, стратегічний маркетинг, цифровий маркетинг, соціально-етичний маркетинг, бізнес-адміністрування, міжнародний маркетинг.</p>
<p><b>Особливості програми</b></p>	<p>Освітньо-професійна програма відбиває сучасний стан та тенденції розвитку маркетингу в умовах постіндустріальної економіки, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та Індустрії 4.0. Вона спрямована на формування економічного способу мислення, опанування теоретичних основ та практичних аспектів маркетингу у різних видах діяльності з метою використання маркетингу як філософії та функції управління окремою організацією, а також розвитку маркетингових систем, включно з тими, що функціонують на макрорівні.</p> <p>Особливості ОП полягають у комплексному характері підготовки, яка спрямована на формування економічного способу мислення, знання та навичок економічно-ефективного соціально-відповідального маркетингу, маркетингового управління на основі розуміння багаторівневих маркетингових систем, в тому числі тих, що функціонують на макрорівні; розвиток концепції маркетингу та адаптації маркетингової політики до застосування з урахуванням специфічних рис постіндустріальної економіки, викликів та можливостей, пов'язаних з розвитком цифрової економіки, індустрії 4.0 та забезпечення сталого розвитку, відповідального споживання та розвитком корпоративної ринкової соціальної відповідальності. Поруч із розвитком знань та навичок, необхідних для реалізації ринково-орієнтованого бізнес-адміністрування комерційних організацій, ОП передбачає опанування знань та розвиток навичок здійснення маркетингу у некомерційному секторі. ОП передбачає використання та поширення передового професійного досвіду здійснення маркетингу та маркетингово-орієнтованого управління організацією на національному та</p>

	<p>глобальному рівнях. Окремі вибіркові дисципліни передбачено викладати англійською мовою</p> <p>Здобувачі вищої освіти за цією освітньою програмою мають можливість брати участь в програмах міжнародної академічної мобільності (тривалістю 1 або 2 семестри), яка реалізується іноземною мовою за умови необхідної мовної підготовки.</p>
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи згідно із класифікатором професій ДК 003:2010:</p> <p>2419.1 Науковий (молодший науковий) співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>3415 Технічний та торговий представник;</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери;</p> <p>3436 Помічник керівника підприємства (установи, організації), референт.</p>
<b>Подальше навчання</b>	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти</p>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Організація освітнього процесу ґрунтується на засадах компетентнісного, студентоцентрованого та системного підходів та Положення про організацію освітнього процесу в Одеському національному університеті імені І.І. Мечникова (<a href="http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-osvit-process.pdf">http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-osvit-process.pdf</a>)</p> <p>Освітній процес здійснюється у таких формах: лекції, семінари, практичні заняття в малих групах, самостійна робота, індивідуальні консультації із викладачами і науковим керівником, підготовка індивідуальних навчально-дослідницьких робіт, інтерактивні методи навчання, методи віртуальної та доповненої реальності, участь у конференціях, написання статей та тез, навчальна, виробнича та переддипломна практики, залучення здобувачів до виконання програм наукових фундаментальних і прикладних досліджень кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування економіко-правового факультету.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Поточний контроль здійснюється шляхом усного і письмового опитування, тестування, захисту звітів з практики. Підсумковий контроль – іспити та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Підсумкова атестація за результатами складання атестаційного екзамену.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	<p>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.</p>

<p><b>Загальні компетентності</b></p>	<p><b>ЗК 1.</b> 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><b>ЗК 2.</b> Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та здобутки суспільства на основі розуміння історії та закономірностей його розвитку у цілому та основних підсистем, зокрема економіки та ринків; місця своєї предметної сфери у загальній системі знань про природу і суспільство та її ролі у розвитку суспільства, техніки і технологій; використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p><b>ЗК 3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК 4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p><b>ЗК 5.</b> Здатність займати чітку позицію, визначати мету та виявляти наполегливість щодо досягнення поставлених завдань і виконання обов'язків.</p> <p><b>ЗК 6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК 7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК 8.</b> Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p><b>ЗК 9.</b> Здатність ефективно використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології та відповідні пристрої.</p> <p><b>ЗК 10.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p><b>ЗК 11.</b> Здатність працювати в команді.</p> <p><b>ЗК 12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань та (або) видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК 13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК 14.</b> Здатність діяти у соціально відповідальний спосіб та свідомо.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b></p>	<p><b>СК 1.</b> Здатність логічно та послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p><b>СК 2.</b> Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p><b>СК 3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у економічному середовищі.</p> <p><b>СК 4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складниками.</p> <p><b>СК 5.</b> Здатність правильно та ефективно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК 6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК 7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати економічної діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>СК 8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК 9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p><b>СК 10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p><b>СК 11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>СК 12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати</p>

досліджень у сфері маркетингу.

**СК 13.** Здатність здійснювати планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному перерізі.

**СК 14.** Здатність пропонувати вдосконалення шляхів та способів здійснення маркетингової діяльності.

## 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 ухваленні управлінських рішень.

**ПРН 10.** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти ухвалення управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів організації та іншим зацікавленим особам.

**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 для забезпечення діяльності організації у ринковій середовищі.

**ПРН 14.** Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

**ПРН 15.** Діяти свідомо та у соціально-відповідальний спосіб, виявляючи повагу до культурного розмаїття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості, дотримуватись етичних принципів маркетингу.

**ПРН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

**ПРН 17.** Демонструвати розвинені навички письмового та усного професійного спілкування українською та іноземними мовами, а також належного використання професійної термінології.

**ПРН 18.** Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних,



	наукових цінностей і здобутків суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Якісний склад науково-педагогічних працівників, які здійснюють підготовку бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» відповідає ліцензійним умовам. Освітній процес забезпечують науково-педагогічні працівники кафедр університету, серед яких, професори, доценти, старші викладачі, викладачі. Науково-педагогічні працівники, що забезпечують реалізацію даної програми, мають відповідну базову освіту, науковий ступінь, вчене звання, необхідну кількість публікацій у фахових, наукових виданнях, у тому числі в тих, які включені до міжнародних науково-метричних баз, беруть активну участь у наукових та науково-практичних конференціях різного рівня, у тому числі міжнародних. Усі науково-педагогічні працівники, відповідно до укладених графіків, проходять підвищення кваліфікації у закладах вищої освіти, науково-дослідних інститутах та у суб'єктів виробничої сфери
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу (навчальні приміщення, спеціалізовані кабінети, комп'ютерні класи, навчальні лабораторії, мультимедійне обладнання тощо) відповідає вимогам до проведення лекційних та практичних (семінарських) занять, у т.ч. в дистанційному режимі. Університет має локальні комп'ютерні мережі з доступом до мережі Інтернет. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура (гуртожитки, їдальня, спортивні зали та відкриті спортивні майданчики, тренажерні зали, медичний комплекс), кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Обладнана спеціалізована аудиторія «Віртуальна навчальна фабрика Industry 4.0» із застосуванням технологій віртуальної та доповненої реальності в освіті за підтримки ERASMUS+.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Навчальний процес забезпечується необхідною навчальною та методичною літературою: підручниками, навчальними посібниками, методичними рекомендаціями до практичних, лабораторних, семінарських занять, самостійної роботи тощо. Інформаційні ресурси розміщені у фондах наукової бібліотеки та сайті економіко-правового факультету ОНУ імені І. І. Мечникова.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна та міжнародна кредитна мобільність</b>	Здобувачі можуть брати участь у програмах національної та міжнародної кредитної мобільності згідно з укладеними угодами між ОНУ імені І. І. Мечникова та закладами вищої освіти щодо програм академічної мобільності студентів. Порядок організації програм академічної мобільності та порядок визнання результатів навчання учасників програм встановлюють: «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ОНУ імені І. І. Мечникова», «Положення про порядок визнання (перезарахування) результатів навчання учасників програм академічної мобільності в ОНУ імені І.І. Мечникова». ( <a href="http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/mobility.pdf">http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/mobility.pdf</a> ) ( <a href="http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/Polozhennya-kredity.pdf">http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/Polozhennya-kredity.pdf</a> ) Індивідуальна академічна мобільність можлива через участь у програмах проекту Erasmus+. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова (ОНУ) бере участь в програмах «Еразмус+». Спеціальний веб-сайт програми в ОНУ: <a href="http://erasmus.onu.edu.ua">erasmus.onu.edu.ua</a>

## 2. Перелік компонент освітньої програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність

### Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>1. Обов'язкові освітні компоненти</b>			
<b>1.1. Освітні компоненти загальної підготовки</b>			
ОК 1	Історія України	3	Залік
ОК 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Іспит
ОК 3	Філософія	4	Залік
ОК 4	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	Залік
ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік, іспит
	Фізична культура (позакредитна)	8	Залік
	<b>Разом</b>	<b>19</b>	
<b>1.2. Освітні компоненти професійної підготовки</b>			
ОК 6	Вища та прикладна математика	6	Іспит
ОК 7	Інформаційні системи та технології	5	Залік
ОК 8	Конституційне право України	4	Залік
ОК 9	Вступ до спеціальності	4	Іспит
ОК 10	Економічна теорія	5	Іспит
ОК 11	Макроекономіка	5	Іспит
ОК 12	Маркетинг	5	Іспит
ОК 13	Менеджмент	5	Іспит
ОК 14	Психологія управління	5	Іспит
ОК 15	Поведінка споживачів	5	Іспит
ОК 16	Економіка підприємства	5	Іспит
ОК 17	Фінанси, гроші та кредит	4	Іспит
ОК 18	Еволюція теорії маркетингу	4	Залік
ОК 19	Управління персоналом	4	Іспит
ОК 20	Статистика	4	Іспит
ОК 21	Маркетингові комунікації	4	Іспит
ОК 22	Податкова система	4	Іспит
ОК 23	Управлінські рішення	6	Іспит
ОК 24	Теорія систем в менеджменті та маркетингу	4	Залік
ОК 25	Облік та аудит	4	Іспит
ОК 26	Цифровий маркетинг та електронна комерція	5	Залік
ОК 27	Логістика	5	Іспит
ОК 28	Дослідження та аналіз ринків	4	Іспит
ОК 29	Господарське право	4	Іспит
ОК 30	Бренд-менеджмент	4	Іспит
ОК 31	Стратегічний маркетинг	4	Іспит
ОК 32	Маркетинг послуг	4	Іспит
ОК 33	Стратегічне управління	4,5	Іспит
ОК 34	Маркетингове планування	3	Іспит
ОК 35	Управління ризиками	3,5	Іспит
ОК 36	Маркетинг некомерційних організацій	4,5	Іспит
ОК 37	Кризис-менеджмент	3	Іспит
ОК 38	Курсова робота	3	Диф. залік
ОК 39	Курсова робота	3	Диф. залік
ОК 40	Навчальна практика	3	Диф. залік
ОК 41	Виробнича практика	6	Диф. залік
ОК 42	Атестаційний екзамен	1,5	Іспит
	<b>Разом</b>	<b>157</b>	

<b>Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів:</b>		<b>176</b>	
<b>2. Вибіркові освітні компоненти</b>			
ВК 1	Каталог вибірових дисциплін ОП «Маркетинг»	4	Залік
ВК 2		4	Залік
ВК 3		4	Залік
ВК 4		4	Залік
ВК 5		4	Залік
ВК 6		4	Залік
ВК 7		4	Залік
ВК 8		4	Залік
ВК 9		4	Залік
ВК 10		4	Залік
ВК 11		4	Залік
ВК 12		4	Залік
ВК 13		4	Залік
ВК 14		4	Залік
ВК 15		4	Залік
ВК 16		4	Залік
<b>Загальний обсяг вибірових освітніх компонент:</b>		<b>64</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ:</b>		<b>240</b>	

### Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Курс	Цикл загальної підготовки				Цикл професійної підготовки					
	Обов'язкові компоненти ОП		Кредитів ЄКТС	Вибіркові компоненти ОП	Кредитів ЄКТС	Обов'язкові компоненти ОП		Кредитів ЄКТС	Вибіркові компоненти ОП	Кредитів ЄКТС
1 курс, 1 семестр	ОК 1	Історія України	3			ОК 6	Вища та прикладна математика	6		
	ОК 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3			ОК 7	Інформаційні системи та технології	5		
						ОК 8	Конституційне право України	4		
						ОК 9	Вступ до спеціальності	4		
						ОК 10	Економічна теорія	5		
		<b>Разом</b>	<b>6</b>		<b>0</b>			<b>24</b>		<b>0</b>
1 курс, 2 семестр	ОК 4	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3			ОК 11	Макроекономіка	5	ВК 1	4
						ОК 12	Маркетинг	5		
						ОК 13	Менеджмент	5		
						ОК 14	Психологія управління	5		
						ОК 40	Навчальна практика	3		
		<b>Разом</b>	<b>3</b>		<b>0</b>			<b>23</b>		<b>4</b>
2 курс, 3 семестр						ОК 15	Поведінка споживачів	5	ВК 2	4
						ОК 16	Економіка підприємства	5	ВК 3	4
						ОК 17	Фінанси, гроші та кредит	4		
						ОК 18	Еволюція теорій маркетингу	4		

					ОК 19	Управління персоналом	4		
		<b>Разом</b>			<b>0</b>		<b>22</b>		<b>8</b>
2 курс, 4 семестр					ОК 20	Статистика	4	ВК 4	4
					ОК 21	Маркетингові комунікації	4	ВК 5	4
					ОК 22	Податкова система	4		
					ОК 23	Управлінські рішення	6		
					ОК 24	Теорія систем в менеджменті та маркетингу	4		
					ОК 38	Курсова робота	3		
		<b>Разом</b>			<b>0</b>		<b>25</b>		<b>8</b>
3 курс, 5 семестр	ОК 3	Філософія	4		ОК 25	Облік та аудит	4	ВК 6	4
					ОК 26	Цифровий маркетинг	5		
					ОК 27	Логістика	5		
					ОК 28	Дослідження та аналіз ринку	4		
					ОК 29	Господарське право	4		
		<b>Разом</b>		<b>4</b>		<b>0</b>		<b>22</b>	
3 курс, 6 семестр	ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	1		ОК 30	Бренд-менеджмент	4	ВК 7	4
					ОК 31	Стратегічний маркетинг	4	ВК 8	4
					ОК 32	Маркетинг послуг	4		
					ОК 33	Стратегічне управління	4,5		
					ОК 39	Курсова робота	3		
					ОК 41	Виробнича практика	6		

		Разом	<b>1</b>		<b>0</b>			<b>25,5</b>		<b>8</b>
4 курс, 7 семестр	ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2			ОК 34	Маркетингове планування	3	ВК 9	4
						ОК 35	Управління ризиками	3,5	ВК 10	4
						ОК 36	Маркетинг некомерційних організацій	4,5	ВК 11	4
									ВК 12	4
		Разом	<b>2</b>		<b>0</b>			<b>11</b>		<b>16</b>
4 курс, 8 семестр	ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3			ОК 37	Кризис-менеджмент	3	ВК 13	4
									ВК 14	4
						ОК 41	Атестаційний екзамен	1,5	ВК 15	4
									ВК 16	4
		Разом	<b>3</b>		<b>0</b>			<b>4,5</b>		<b>16</b>
		Всього	<b>19</b>					<b>157</b>		<b>64</b>

Дисципліни циклу загальної підготовки спрямовані на формування загальних компетентностей у здобувача вищої освіти, зокрема, емоційного інтелекту, прогресивного світогляду, організаційних та комунікаційних навичок, знатність до проведення наукових досліджень. Дисципліни циклу професійної підготовки спрямовані на формування у здобувача вищої освіти спеціальних фахових компетентностей за галуззю знань. Вибіркові дисципліни спрямовані на формування у здобувача вищої освіти спеціальних фахових компетентностей з урахуванням особистої предметної області та професійного спрямування. Практична підготовка спрямована на формування у здобувачів практичних навичок реалізації здобутих загальних і спеціальних фахових компетентностей за галуззю знань. Навчальне навантаження здобувача включає всі види його роботи (самостійну, аудиторну, лабораторну, дослідницьку тощо) відповідно до навчального плану.

### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання передбачених стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» та цією освітньо-професійною програмою.







