

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Одеського національного університету
імені І. І. Мечникова

Голова Вченої ради

Вячеслав ТРУБА



(протокол № 14 від «25» 06 2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію
з «1» вересня 2024 р.

Ректор

Одеського національного університету
імені І. І. Мечникова

Вячеслав ТРУБА

(наказ № 5402 від «26» 06 2024 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 РОБУК

Одеса 2024 р.

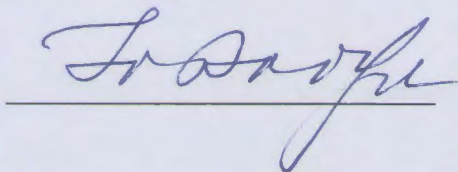
ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ІНІЦІЙОВАНО

проектною групою освітньої програми

«27» грудня 2023 р.

Гарант
освітньої
програми

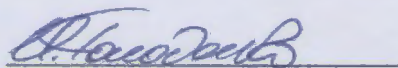


Юрій РОБУЛ

СХВАЛЕНО

навчально-методичною комісією економіко-правового факультету

Голова



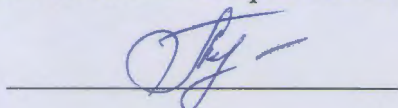
Ірина ГОЛОДЕНКО

Протокол № 5 від «28» 02 2024 р.

СХВАЛЕНО

вченою радою економіко-правового факультету

Голова



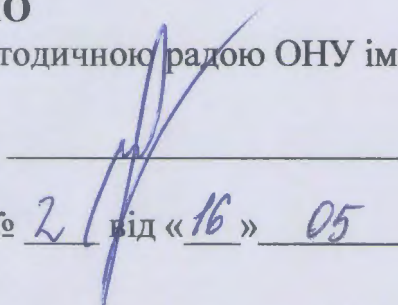
Людмила ТОКАРЧУК

Протокол № 8 від «29» 04 2024 р.

СХВАЛЕНО

науково-методичною радою ОНУ імені І. І. Мечникова

Голова



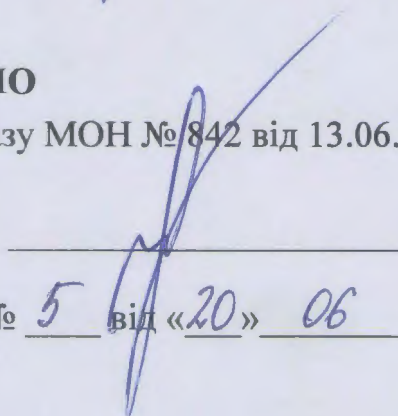
Майя НІКОЛАЄВА

Протокол № 2 від «16» 05 2024 р.

УТОЧНЕНО

згідно Наказу МОН № 842 від 13.06.2024 р.

Голова



Майя НІКОЛАЄВА

Протокол № 5 від «20» 06 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена проєктною групою економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, створеною на підставі Наказу Ректора ОНУ № 2695-18 від 06.12.2023 р. 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. *Чайковська Марина Петрівна* — доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування;

4. *Гайворонська Інна Віталіївна* — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування.

5. *Столяр Ігор Олегович* — здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 Менеджмент.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів

1. *Семак Богдан Богданович* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету;
2. *Ілляшенко Сергій Миколайович* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіка бізнесу та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»;
3. *Контоністов Максим Олегович* – директор, ТОВ «Компанія ЮТО»;
4. *Швець Юрій Іванович* – директор, ТОВ «Неолоджик»

Освітньо-професійна програма розроблена на основі стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343 та наказу Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 р. № 842.

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

| 1 – Загальна інформація | |
|--|---|
| Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу | Одеський національний університет імені І. І. Мечникова Економіко-правовий факультет |
| Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації | Ступінь вищої освіти: Бакалавр Назва кваліфікації: Бакалавр маркетингу |
| Кваліфікація в дипломі | Ступінь вищої освіти: Бакалавр Спеціальність: 075 Маркетинг |
| Офіційна назва освітньої програми | Освітньо-професійна програма «Маркетинг» |
| Тип диплома та обсяг освітньої програми | Диплом бакалавра; одиничний; на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 180 кредитів ЄКТС, термін навчання – 2 роки 10 місяців; |
| Наявність акредитації | До проведення акредитації |
| Цикл / рівень | Національна рамка кваліфікації України – 6 рівень, FQ-EHEA (РК ЄПВО) – перший (бакалаврський) цикл, МСКО – 6 рівень; EQF for LLL (ЄРК НВЖ) – 6 рівень. |
| Передумови (Вимоги щодо попередньої освіти) | Наявність повної загальної середньої освіти або ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст»). Умови вступу визначаються правилами прийому до Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. |
| Мова(и) викладання | Українська |
| Термін навчання на освітній програмі | 3 роки 10 місяців. |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | Офіційний сайт ОНУ за посиланням: Офіційні документи http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents |
| 2 – Мета освітньої програми | |
| Метою освітньої програми є підготовка кваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у галузі маркетингу, здатних застосовувати інноваційні підходи та сучасні технології до реалізації маркетингової діяльності комерційних та некомерційних організацій при розв'язанні складних спеціалізованих задач та практичних проблем у сфері маркетингу в умовах глобалізації, розвитку індустрії 4.0 та забезпечення сталого розвитку. | |

3 - Характеристика освітньої програми

| | |
|---|--|
| <p>Предметна область (галузь знань)</p> | <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 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>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> |
| <p>Орієнтація освітньої програми</p> | <p>Освітньо-професійна програма.</p> <p>Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей, необхідних для розв'язання спеціалізованих завдань та практичних проблем у сфері маркетингу у професійній діяльності та у процесі навчання на основі сучасних положень та концепцій маркетингу, з використанням підходів, методів та технологій маркетингу та управлінської науки в цілому з метою забезпечення високого рівня професіоналізму та системності у здійсненні маркетингової діяльності в різних галузях та видах економічної діяльності в контексті процесів конвергентної трансформації ринків, глобалізації, євроінтеграції, розвитку Індустрії 4.0 та реалізації принципів сталого розвитку.</p> |
| <p>Основний фокус освітньої програми</p> | <p>Загальна (академічна) вища освіта в галузі знань в галузі знань 07 Управління та адміністрування, за спеціальністю 075 Маркетинг.</p> <p>Комплексна підготовка фахівців з маркетингу через формування фахових компетенцій, розуміння цілей та завдань маркетингу у контексті розвитку організацій, організаційного оточення та макросередовища, розуміння ролі та місця маркетингу в управлінні організацією, його взаємозв'язків з соціальним та економічним розвитком регіону, країни та світу на основі актуального стану теорії та кращої практики маркетингу в Україні та світі.</p> <p>Ключові слова: ринок, маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинг-менеджмент, холістичний маркетинг, стратегічний маркетинг, маркетингова система, цифровий маркетинг, соціально-етичний маркетинг.</p> |
| <p>Особливості програми</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 оволодіння фундаментальними та практичними знаннями з маркетингу як управлінського, економічного, соціального, інформаційного процесу на різних рівнях економічної системи (організація, галузь, регіональна економіка, національна економіка, глобальна економіка), що використовується як філософія та функція управління комерційних та некомерційних організацій; формування аналітичного способу мислення і системного розуміння соціально-економічних явищ у контексті їхнього розвитку, здатності генерувати ідеї на базі сучасних досягнень маркетингу.</p> <p>Особливості ОП полягають у врахуванні особливостей функціонування окремих організацій, економіки та суспільства в цілому в умовах цифровізації та</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>технологічної конвергенції, забезпеченні комплексного характеру підготовки, що реалізується через основні та вибіркові дисципліни, врахуванні особливостей здійснення маркетингової політики у некомерційному секторі та врахуванні у зв'язку із цим потреб громадянського суспільства, запитів регіонального та національного ринку праці, забезпечення реалізації у маркетингу настанов сталого розвитку.</p> <p>Зміст та структура програми визначені з урахуванням вимог та стандартів здійснення маркетингової діяльності провідних світових професійних організацій (АМА, СІМ, АДЕТЕМ, АФМ, NІМА, ЕМС) та Української асоціації маркетингу (УАМ)</p> |
| 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
| Придатність до працевлаштування | <p>Працевлаштування на підприємствах, в установах та організаціях будь-яких видів діяльності та організаційно-правової форми.</p> <p>Бакалавр з маркетингу здатний виконувати зазначені нижче професійні роботи згідно із класифікатором професій ДК 003:2010:</p> <p>3415 Технічний та торговий представник (Агент комерційний; мерчендайзер; торговий агент комерційний; торговий агент промисловий; представник торговельний);</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (Агент рекламний; Представник з реклами; Обслуговування бізнесу та реклами);</p> |
| Подальше навчання | <p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти</p> |
| 5 – Викладання та оцінювання | |
| Викладання та навчання | <p>Організація освітнього процесу на засадах компетентнісного, студентоцентрованого та системного підходів визначається Положенням про організацію освітнього процесу в Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова (https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-osvit-process_2022.pdf)</p> <p>Освітній процес здійснюється у таких формах: лекції, семінари, практичні заняття в малих групах, самостійна робота, індивідуальні консультації із викладачами та науковими керівниками, підготовка індивідуальних навчально-дослідницьких робіт, інтерактивні методи навчання, участь у конференціях, написання статей та тез, навчальна та виробнича практики, залучення здобувачів до виконання програм наукових фундаментальних і прикладних досліджень кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування економіко-правового факультету.</p> |
| Оцінювання | <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за шкалою ЄКТС у формі поточного та підсумкового контролю окремих освітніх компонентів. Поточний контроль здійснюється шляхом усного і письмового опитування, тестування, виконання контрольних робіт. Підсумковий контроль – іспити та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю, захист звітів з практики, захист курсових робіт. Підсумкова атестація за результатами складання атестаційного екзамену.</p> |
| 6 – Програмні компетентності | |
| Інтегральна компетентність | <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>Загальні компетентності</p> | <p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. 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>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Здатність займати чітку позицію, визначати мету та виявляти наполегливість щодо досягнення поставлених завдань і виконання обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Здатність ефективно використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології та відповідні пристрої.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань та (або) видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти у соціально відповідальний спосіб та свідомо.</p> <p>ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> |
| <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p> | <p>СК 1. Здатність логічно та послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у економічному середовищі.</p> <p>СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складниками.</p> <p>СК 5. Здатність правильно та ефективно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати економічної діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати</p> |

особливості функціонування ринків.

СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати 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.

| | |
|---|---|
| | <p>ПРН 17. Демонструвати розвинені навички письмового та усного професійного спілкування українською та іноземними мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і здобутків суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> |
| 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| Кадрове забезпечення | 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'єктах виробничої сфери |
| Матеріально-технічне забезпечення | 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. з використанням технологій дистанційного навчання. 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. |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | 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. |
| 9 – Академічна мобільність | |
| Національна та міжнародна кредитна мобільність | 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». (http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/mobility.pdf) (http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/Polozhennya-kredity.pdf) 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: erasmus.onu.edu.ua |
| Навчання | Підготовка та прийом на навчання іноземних здобувачів здійснюються згідно |

| | |
|--|--|
| іноземних здобувачів вищої освіти | чинного законодавства України та Правил прийому до ОНУ імені І. І. Мечникова. Інформація щодо прийому та навчання іноземних абітурієнтів розміщена на сайті ОНУ імені І. І. Мечникова: http://imo.onu.edu.ua |
|--|--|

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

2.1 Перелік компонентів освітньо-професійної програми

| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, атестаційний екзамен) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
|--|--|--------------------|-----------------------------|
| 1. Обов'язкові навчальні дисципліни | | | |
| 1.1. Цикл дисциплін загальної підготовки | | | |
| 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 |
| ОК 6 | Фізична культура | 3 | Залік |
| Разом: | | 22 | |
| 1.2. Цикл дисциплін фахової і практичної підготовки | | | |
| ОК 7 | Вища та прикладна математика | 5 | Іспит |
| ОК 8 | Інформаційні системи та технології | 5 | Залік |
| ОК 9 | Економічна теорія | 5 | Іспит |
| ОК 10 | Мікроекономіка | 4,5 | Іспит |
| ОК 11 | Макроекономіка | 4,5 | Іспит |
| ОК 12 | Менеджмент | 5 | Іспит |
| ОК 13 | Економіка підприємства | 5 | Іспит |
| ОК 14 | Статистика | 4 | Іспит |
| ОК 15 | Основи маркетингу | 5 | Іспит |
| ОК 16 | Поведінка споживачів | 4 | Іспит |
| ОК 17 | Фінанси, гроші та кредит | 4 | Залік |
| ОК 18 | Податкова система | 4 | Залік |
| ОК 19 | Підприємництво та бізнес-культура | 4 | Іспит |
| ОК 20 | Еволюція теорії маркетингу | 4,5 | Іспит |
| ОК 21 | Маркетингові комунікації | 4 | Іспит |
| ОК 22 | Маркетинг послуг | 4 | Іспит |
| ОК 23 | Цифровий маркетинг та електронна комерція | 4 | Іспит |
| ОК 24 | Стратегічне управління | 4 | Іспит |
| ОК 25 | Дослідження та аналіз ринків | 4 | Іспит |
| ОК 26 | Бренд-менеджмент | 4 | Іспит |
| ОК 27 | Маркетинг некомерційних організацій | 4,5 | Іспит |
| ОК 28 | Управління ризиками | 3 | Залік |
| ОК 29 | Маркетингове планування | 4 | Іспит |
| ОК 30 | Управління персоналом | 4 | Іспит |
| ОК 31 | Теорія систем в менеджменті та маркетингу | 4 | Іспит |
| ОК 32 | Стратегічний маркетинг | 4 | Іспит |
| ОК 33 | Конституційне право України | 3,5 | Залік |
| ОК 34 | Логістика | 4 | Іспит |
| ОК 35 | Господарське право | 4 | Залік |
| ОК 36 | Управлінські рішення | 4 | Іспит |
| ОК 37 | Вступ до спеціальності | 4 | Іспит |
| ОК 38 | Психологія управління | 4,5 | Іспит |
| ОК 39 | Курсова робота «Маркетинг» | 2 | Захист |
| ОК 40 | Курсова робота «Цифровий маркетинг та електронна комерція» | 2 | Захист |
| ОК 41 | Навчальна практика | 3 | Захист |
| ОК 42 | Виробнича практика «Маркетинг на підприємстві» | 4,5 | Захист |
| ОК 43 | Виробнича практика «Стратегічний маркетинг» | 6 | Захист |
| ОК 44 | Атестаційний екзамен | 1,5 | Іспит |
| Разом: | | 154 | |
| Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів: | | 176 | |

| 2. Дисципліни вільного вибору здобувачів вищої освіти | | | |
|---|---|------------|-------|
| ВК 1 | <p>Каталог вибіркових дисциплін ОП «Маркетинг» https://drive.google.com/drive/folders/1mPGA1pu6DH6usM5IGwMqIg0aEGi5X4ml?usp=share_link</p> | 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 |
| <i>Загальний обсяг дисциплін вільного вибору здобувачів вищої освіти:</i> | | 64 | |
| ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ: | | 240 | |

2.2 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 7 | Вища та прикладна математика | 5 | | |
| | ОК 2 | Українська мова (за професійним спрямуванням) | 3 | | | ОК 8 | Інформаційні системи та технології | 5 | | |
| | ОК 6 | Фізична культура | 1,5 | | | ОК 9 | Економічна теорія | 5 | | |
| | | | | | | ОК 33 | Конституційне право України | 3,5 | | |
| | | | | | | ОК 37 | Вступ до спеціальності | 4 | | |
| | | Разом | 7,5 | | | | | 22,5 | | 0 |
| 1 курс, 2 семестр | ОК 4 | Безпека життєдіяльності та основи охорони праці | 3 | | | ОК 10 | Мікроекономіка | 4,5 | ВК 1 | 4 |
| | ОК 6 | Фізична культура | 1,5 | | | ОК 11 | Макроекономіка | 4,5 | | |
| | | | | | | ОК 12 | Менеджмент | 5 | | |
| | | | | | | ОК 38 | Психологія управління | 4,5 | | |
| | | | | | | ОК 41 | Навчальна практика | 3 | | |
| | | Разом | 4,5 | | 0 | | | 21,5 | | 4 |
| 2 курс, 3 семестр | | | | | | ОК 13 | Економіка підприємства | 5 | ВК 2 | 4 |
| | | | | | | ОК 15 | Основи маркетингу | 5 | ВК 3 | 4 |
| | | | | | | ОК 17 | Фінанси, гроші та кредит | 4 | | |
| | | | | | | ОК 30 | Управління | 4 | | |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|------|---|---|----------|----------|----------|--|-----------|------|----------|
| | | | | | | | персоналом | | | |
| | | | | | | ОК 34 | Логістика | 4 | | |
| | | Разом | | | 0 | | | 22 | | 8 |
| 2 курс, 4 семестр | | | | | | ОК 14 | Статистика | 4 | ВК 4 | 4 |
| | | | | | | ОК 16 | Поведінка споживачів | 4 | ВК 5 | 4 |
| | | | | | | ОК 18 | Податкова система | 4 | | |
| | | | | | | ОК 19 | Підприємництво та бізнес-культура | 4 | | |
| | | | | | | ОК 31 | Теорія систем в менеджменті та маркетингу | 4 | | |
| | | | | | | ОК 39 | Курсова робота «Маркетинг» | 2 | | |
| | | Разом | | | 0 | | | 22 | | 8 |
| 3 курс, 5 семестр | ОК 3 | Філософія | 4 | | | ОК 22 | Маркетинг послуг | 4 | ВК 6 | 4 |
| | | | | | | ОК 23 | Цифровий маркетинг та електронна комерція | 4 | | |
| | | | | | | ОК 25 | Дослідження та аналіз ринків | 4 | | |
| | | | | | | ОК 26 | Бренд-менеджмент | 4 | | |
| | | | | | | ОК 35 | Господарське право | 4 | | |
| | | | | | | ОК 40 | Курсова робота «Цифровий маркетинг та електронна комерція» | 2 | | |
| | | Разом | | 4 | | 0 | | 22 | | 4 |
| 3 курс, 6 семестр | ОК 5 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 2 | | | ОК 20 | Еволюція теорій маркетингу | 4,5 | ВК 7 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|-------------------|------|---|-----------|--|----------|-------|--|------------|-------|-----------|
| | | | | | | ОК 21 | Маркетингові комунікації | 4 | БК 8 | 4 |
| | | | | | | ОК 24 | Стратегічне управління | 4 | | |
| | | | | | | ОК 28 | Управління ризиками | 3 | | |
| | | | | | | ОК 42 | Виробнича практика «Маркетинг на підприємстві» | 4,5 | | |
| | | Разом | 2 | | 0 | | | 20 | | 8 |
| 4 курс, 7 семестр | ОК 5 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 2 | | | ОК 29 | Маркетингове планування | 4 | БК 9 | 4 |
| | | | | | | ОК 32 | Стратегічний маркетинг | 4 | БК 10 | 4 |
| | | | | | | ОК 36 | Управлінські рішення | 4 | БК 11 | 4 |
| | | | | | | | | | БК 12 | 4 |
| | | Разом | 2 | | 0 | | | 12 | | 16 |
| 4 курс, 8 семестр | ОК 5 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 2 | | | ОК 27 | Маркетинг некомерційних організацій | 4,5 | БК 13 | 4 |
| | | | | | | ОК 43 | Виробнича практика «Стратегічний маркетинг» | 1,5 | БК 14 | 4 |
| | | | | | | ОК 44 | Атестаційний екзамен | 6 | БК 15 | 4 |
| | | | | | | | | | БК 16 | 4 |
| | | Разом | 2 | | 0 | | | 12 | | 16 |
| | | Всього | 22 | | 0 | | | 154 | | 64 |

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 містить 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 досягнення програмних результатів навчання, передбачених стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» та цією освітньо-професійною програмою.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньо-професійної програми

| | OK1 | OK2 | OK3 | OK4 | OK5 | OK6 | OK7 | OK8 | OK9 | OK10 | OK11 | OK12 | OK13 | OK14 | OK15 | OK16 | OK17 | OK18 | OK19 | OK20 | OK21 | OK22 | OK23 | OK24 | OK25 | OK26 | OK27 | OK28 | OK29 | OK30 | OK31 | OK32 | OK33 | OK34 | OK35 | OK36 | OK37 | OK38 | OK39 | OK40 | OK41 | OK42 | OK43 | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|---|---|---|--|
| ЗК 01 | + | + | + | + | | + | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗК 02 | + | + | + | + | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗК 03 | | | + | | | | + | | + | + | + | + | | | | | | + | | + | | | | + | | + | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗК 04 | | | | | + | | | + | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | + | + | + | + | + | | | | | | |
| ЗК 05 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | + | | | | | |
| ЗК 06 | | | | | | | | | + | + | | | | | | + | + | | | + | | + | | + | | | | + | + | | + | + | | + | | + | + | | + | + | + | | | | | | | |
| ЗК 07 | | | | | | | + | | | + | + | | + | | | | + | | | + | | + | + | + | + | | + | + | | + | | + | | + | | + | | | | + | + | + | + | | | | | |
| ЗК 08 | | | + | | | | + | | + | + | + | | + | + | + | | + | | | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | + | | |
| ЗК 09 | | | | | | | | + | | | | | | + | | | + | | | | | | + | | + | | | | + | + | | | | | | | | | | | | + | | | | | | |
| ЗК 10 | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗК 11 | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | + | | | | | + | + | | | | |
| ЗК 12 | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | |
| ЗК 13 | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | + | + | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | |
| ЗК 14 | + | + | + | + | | | | | + | | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | | + | + | + | + | | | | | | | | |
| ЗК 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | |
| СК01 | | | | | | | | | + | + | | | | | + | | | | | + | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | + | | | | | | | | |
| СК02 | | | | | | | | | + | + | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | + | | | | | | | |
| СК03 | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | | + | | | | + | + | | | | + | | | | | | + | | + | + | | + | | | | | | | |
| СК04 | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | + | + | + | | | | + | + | | | + | | | | + | | | | + | + | | | + | + | | | | |
| СК05 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | | | | + | + | | | | + | | | + | | + | | | + | + | | + | + | + | + | | |
| СК06 | | | | | | | + | | | | | | | + | | + | + | | | | | | | | | + | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| СК07 | | | | | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | | | + | | | | | | + | | | | | | + | | | | | | | | | | + | |
| СК08 | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| СК09 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | + | | + | | | | |
| СК10 | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | + | + | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | |
| СК11 | | | + | | | | + | | + | + | + | | | + | | | | | | | | | | | | + | | | + | | | | | | | | | | + | | | | + | | | | | |
| СК12 | | + | | | + | | | + | + | + | | | | + | + | + | | | | | + | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | + | + | + | | | | | | |
| СК13 | | | | | | | | | | | + | | + | | | | + | | | | | | | | | | | + | | | + | | | | | | | | + | + | | | | | | | | |
| СК14 | | | | | | | | | | + | + | | + | | | + | + | | | + | | | | | + | | | | | + | | | + | | | | | | | | | | | | + | + | | |

