МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ПРОЄКТ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету «Житомирська політехніка»
Голова Вченої ради
_____ Віктор ЄВДОКИМОВ
(протокол від __ травня 202_ р. № _)
Освітня програма вводиться в дію з __ вересня 202_ р.
Ректор
_____ Віктор ЄВДОКИМОВ
(наказ від __ травня 202_ р. №____)

Житомир – 2024

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня (Наказ МОН України від 05.12.2018 р. № 1343) робочою групою у складі:

ЗАВАЛІЙ Тетяна – гарант ОПП, PhD, старший викладач кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

ТКАЧУК Ганна – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

ЮШКЕВИЧ Олена – член робочої групи, д.е.н., доц., професор кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

СОТНИК Ангеліна – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

ВИГОВСЬКИЙ Володимир – член робочої групи, к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій;

ЮРКІВСЬКА Людмила – член робочої групи, роботодавець, к.е.н., доц., начальник відділу маркетингу та реклами АТ «Житомирський маслозавод»;

ПЕТРЕНКО Вікторія – здобувач вищої освіти (група МА-1).

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний університет «Житомирська політехніка» Факультет бізнесу та сфери обслуговування Кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Назва освітньої програми	Маркетинг
Тип освітньої програми	освітньо-професійна
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти	«бакалавр»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація або предметна спеціальність (за наявності)	–
Тип диплома	Диплом бакалавра, одиничний
Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	–
Мова (мови) викладання	Українська
Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання програми	240 кредитів ЄТКС
Форми здобуття освіти за освітньою програмою та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Очна (денна) 3 роки 10 місяців
Освітня кваліфікація	бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	бакалавр маркетингу
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Наявність повної загальної середньої освіти або освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст», освітнього рівня «Молодший бакалавр»
Наявність акредитації	Відсутня
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень FQ-EHEA – перший цикл EQF-LLL – 6 рівень
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=6347
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності; які вміють застосовувати інноваційні та креативні способи вирішення маркетингових питань задля досягнення поставлених цілей; які здатні використовувати набуті знання та уміння з питань маркетингу в умовах цифровізації, розвитку електронної комерції, глобалізації ринків і актуалізації соціально- та екологічно-відповідального бізнесу	
3 – Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	• *Об'єкт вивчення*: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх

	економічних та соціальних інтересів. • *Цілі навчання*: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • *Теоретичний зміст предметної області*: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • *Методи, методики та технології*: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • *Інструменти та обладнання*: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма. Структура програми передбачає цілісний та збалансований комплекс логічно взаємопов'язаних обов'язкових освітніх компонент, широкі можливості вибору дисциплін на вибір та практичну складову, чим уможливлює формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти та здобуття ним сукупності професійних і соціальних навичок, необхідних для фахової маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта з маркетингу за спеціальністю 075 «Маркетинг». Основний фокус підготовки бакалаврів маркетингу полягає у підготовці фахівців у сфері маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного провадження маркетингової діяльності на рівні окремого суб'єкта господарювання через дослідження ринків, планування та організацію товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик на основі застосування інноваційних методів, сучасних технологій, з урахуванням світового досвіду у сфері маркетингу та необхідності гармонізації комерційної спрямованості бізнесу з соціальною відповідальністю та екологічними принципами. *Ключові слова:* маркетинг, ринок, конкуренція, маркетолог, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика розподілу, логістика, маркетингова комунікаційна політика, зв'язки з громадськістю, реклама, інтернет-маркетинг, поведінка споживача, бренд-менеджмент, міжнародний маркетинг
Особливості програми	Програма пропонує комплексний підхід до здобуття

	теоретичних знань у сфері маркетингу, зокрема у контексті окремих суб'єктів господарювання, так і цілих ринків національного і міжнародного рівнів. Основою є класична маркетингова модель «4Р», яка передбачає основні складові маркетингу – товар, ціну, розподіл і комунікації (просування). Практичні аспекти маркетингу вивчаються на основі кейсів провідних компаній України та світу. До викладання долучаються провідні експерти-практики з маркетингу. Передбачені можливості участі здобувачів вищої освіти у програмах міжнародної академічної мобільності
4 – Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» здатні виконувати професійні функції у сфері маркетингу і можуть працювати на підприємствах, в установах, організаціях різних форм власності Випускники можуть працювати на таких посадах згідно видів економічної діяльності за класифікатором професій ДК 003:2010: 3415 – агент комерційний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний; 3419 – організатор з постачання, організатор із збуту, товарознавець; 3429 – агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); та інших, визначених Національним класифікатором України
Подальше навчання	Випускники мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Також вони мають право набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самоосвіта, навчання на основі досліджень. Організація освітнього процесу здійснюється у наступних формах: навчальні заняття (лекції, практичні заняття, лабораторні заняття, консультації); самостійна робота; практична підготовка; контрольні заходи. Технології навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі); самонавчання тощо. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів. Індивідуальне наукове консультування керівником. Навчання через навчальну, виробничу та переддипломну практику
Оцінювання	Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд. Усні та письмові екзамени. Проміжний контроль у формі звітів з навчальної,

	виробничої та переддипломної практик. Захист курсового проєкту. Мультимедійна презентація результатів дослідження кваліфікаційної роботи. Публічний захист кваліфікаційної роботи. Апробація результатів досліджень на наукових конференціях. Публікація результатів досліджень у фахових наукових виданнях
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)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності
Спеціальні компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані

(СК)	знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності
7 – Програмні результати навчання	
Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які

	характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. 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. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності ПР19. Вміти ідентифікувати та аналізувати проблеми, пов'язані з корупцією та недоброчесністю, формувати та оцінювати шляхи їх вирішення як у професійній діяльності, так і у суспільному житті на рівні, необхідному для формування нетерпимості до будь-яких проявів недоброчесності задля утвердження цінностей доброчесного суспільства
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Гарант ОП «Маркетинг», науково-педагогічні працівники кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій, а також інших кафедр університету, які забезпечують освітньо-професійну програму, за

	кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, та мають підтверджений рівень наукової і професійної активності. Кадрове забезпечення освітньої програми відповідає Ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти. У процесі організації освітнього процесу залучаються професіонали-практики з досвідом роботи за фахом
Матеріально- технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає Ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення освітнього процесу
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми з підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідає Ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Офіційний вебсайт https://ztu.edu.ua/ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми доступні на освітньому порталі університету https://learn.ztu.edu.ua/
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність реалізується в рамках договорів про встановлення науково-освітянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки, укладених з закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Державним університетом «Житомирська політехніка» та закордонними закладами вищої освіти
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах, якщо чинним законодавством України не передбачено інший порядок
10 – Форми атестації здобувачів вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників бакалаврів освітньої програми «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до 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. Кваліфікаційні роботи зберігаються на офіційному вебсайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу і мають бути перевірені (з використанням відповідного програмного забезпечення) на плагіат. Захист кваліфікаційної роботи завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням здобувачу вищої освіти кваліфікації: бакалавр маркетингу
11 – Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти відповідає вимогам чинного законодавства України та вимогам міжнародних стандартів якості ISO (ISO 9001 і ISO 21001).

Організація внутрішнього забезпечення якості вищої освіти здійснюється на таких рівнях: університетський; факультетський; кафедральний; викладацький; студентський.

Система внутрішнього забезпечення якості включає:

1) визначення та періодичний перегляд принципів і процедур забезпечення якості вищої освіти, формування культури якості;

2) здійснення моніторингу та щорічного перегляду освітньої програми;

3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті університету;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

6) забезпечення функціонування внутрішніх інформаційних систем («Портал Житомирської політехніки» та «Освітній портал Житомирської політехніки») для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію;

8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі шляхом запровадження функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

9) здійснення щорічного внутрішнього та зовнішнього аудитів процесів забезпечення якості вищої освіти;

10) залучення до процесів забезпечення якості вищої освіти внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, в тому числі через проведення круглих столів, долучення до проведення навчальних занять, анкетування тощо

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	*2*	*3*	*4*
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова	10,0	Тричі залік, екзамен
ОК 2	Українська мова та академічне письмо	3,0	Екзамен
ОК 3	Антикорупція та доброчесність	3,0	Залік
ОК 4	Фізичне виховання	3,0	Залік
ОК 5	Статистика	4,0	Залік
ОК 6	Господарське право	4,0	Екзамен
ОК 7	Менеджмент	5,0	Екзамен
ОК 8	Цифровізація документообороту та електронний офіс	8,0	Залік, екзамен
ОК 9	Розвиток комунікаційних навичок	3,0	Залік
ОК 10	Економічна історія та культура України	3,0	Залік
ОК 11	Вища математика та теорія ймовірностей	4,0	Залік
ОК 12	Економічна теорія та основи функціонування підприємства	3,0	Екзамен
ОК 13	Організація підприємницької діяльності	3,0	Екзамен
ОК 14	Інфраструктура товарного ринку	3,0	Залік
ОК 15	Філософія	3,0	Екзамен
ОК 16	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	6,0	Залік, екзамен
ОК 17	Економіка підприємства	4,0	Екзамен
ОК 18	Соціологія	3,0	Залік
ОК 19	Основи маркетингу	4,0	Екзамен
ОК 20	Маркетингова товарна політика	5,0	Екзамен
ОК 21	Поведінка споживача	3,0	Екзамен
ОК 22	Бренд-менеджмент	4,0	Екзамен
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	11,0	Тричі залік, екзамен
ОК 24	Маркетингові дослідження *Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»*	4,0	Екзамен *диф. залік*
ОК 25	Маркетингова цінова політика	5,0	Екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі	4,0	Екзамен
ОК 27	Маркетингові комунікації	5,0	Екзамен
ОК 28	Маркетингова політика розподілу	5,0	Екзамен
ОК 29	Логістика	3,0	Екзамен
ОК 30	Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі	5,0	Екзамен
ОК 31	Маркетинг у виробничій і невиробничій сферах	5,0	Екзамен
ОК 32	Міжнародний маркетинг	5,0	Екзамен
ОК 33	Управління рекламною діяльністю	5,0	Екзамен
ОК 34	Аналітика в маркетингу	5,0	Залік
ОК 35	Навчальна практика	3,0	Диференційований залік
ОК 36	Навчальна практика	3,0	Диференційований залік
ОК 37	Виробнича практика	3,0	Диференційований залік
ОК 38	Переддипломна практика	6,0	Диференційований залік
ОК 39	Кваліфікаційна робота	9,0	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**177,0**	
Базова загальновійськова підготовка*			
ОВК1	Теоретична підготовка БЗВП	3,0	Диференційований залік

1	*2*	*3*	*4*
Варіативна частина			
Вибіркові дисципліни циклу загальної підготовки			
ВК 1.1	Дисципліна №1	4,0	Залік
ВК 1.2	Дисципліна №2	4,0	Залік
ВК 1.3	Дисципліна №3	4,0	Залік
Вибіркові дисципліни циклу професійної підготовки			
ВК 2.1	Дисципліна професійної підготовки №1	4,0	Залік
ВК 2.2	Дисципліна професійної підготовки №2	4,0	Залік
ВК 2.3	Дисципліна професійної підготовки №3	4,0	Залік
ВК 2.4	Дисципліна професійної підготовки №4	4,0	Залік
ВК 2.5	Дисципліна професійної підготовки №5	4,0	Залік
ВК 2.6	Дисципліна професійної підготовки №6	4,0	Залік
ВК 2.7	Дисципліна професійної підготовки №7	4,0	Залік
ВК 2.8	Дисципліна професійної підготовки №8	4,0	Залік
ВК 2.9	Дисципліна професійної підготовки №9	4,0	Залік
ВК 2.10	Дисципліна професійної підготовки №10	4,0	Залік
ВК 2.11	Дисципліна професійної підготовки №11	4,0	Залік
ВК 2.12	Дисципліна професійної підготовки №12	4,0	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**60,0**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:		**240,0**	

** – для здобувачів вищої освіти, звільнених від проходження БЗВП, пропонуються інші дисципліни вільного вибору*

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти/роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Загальний обсяг годин	Форма підсумкового контролю
1	*2*	*3*	*4*	*5*
І курс, І семестр				
ОК 1	Іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 2	Українська мова та академічне письмо	3,0	90	екзамен
ОК 3	Антикорупція та доброчесність	3,0	90	залік
ОК 4	Фізичне виховання	3,0	90	залік
ОК 5	Статистика	4,0	120	залік
ОК 6	Господарське право	4,0	120	екзамен
ОК 7	Менеджмент	5,0	150	екзамен
ОК 8	Цифровізація документообороту та електронний офіс	4,0	120	залік
×	**Разом**	**29,0**	×	×
І курс, ІІ семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №1	4,0	120	залік
ОК 1	Іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 8	Цифровізація документообороту та електронний офіс	4,0	120	екзамен
ОК 9	Розвиток комунікаційних навичок	3,0	90	залік
ОК 10	Економічна історія та культура України	3,0	90	залік
ОК 11	Вища математика та теорія ймовірностей	4,0	120	залік
ОК 12	Економічна теорія та основи функціонування підприємства	3,0	90	екзамен
ОК 19	Основи маркетингу	4,0	120	екзамен
ОК 35	Навчальна практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**31,0**	×	×
ІІ курс, ІІІ семестр				
ВК 2.1	Дисципліна професійної підготовки №1	4,0	120	залік
ВК 2.2	Дисципліна професійної підготовки №2	4,0	120	залік
ОК 1	Іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 13	Організація підприємницької діяльності	3,0	90	екзамен
ОК 14	Інфраструктура товарного ринку	3,0	90	залік
ОК 15	Філософія	3,0	90	екзамен
ОК 16	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	3,0	90	залік
ОК 17	Економіка підприємства	4,0	120	екзамен
ОВК1	Теоретична підготовка БЗВП	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**29,0**	×	×
ІІ курс, ІV семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №2	4,0	120	залік
ВК 2.3	Дисципліна професійної підготовки №3	4,0	120	залік
ВК 2.4	Дисципліна професійної підготовки №4	4,0	120	залік
ОК 1	Іноземна мова	2,0	60	екзамен
ОК 16	Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності	3,0	90	екзамен
ОК 18	Соціологія	3,0	90	залік
ОК 20	Маркетингова товарна політика	5,0	150	екзамен
ОК 21	Поведінка споживача	3,0	90	екзамен
ОК 36	Навчальна практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**31,0**	×	×

1	*2*	*3*	*4*	*5*
III курс, V семестр				
ВК 2.5	Дисципліна професійної підготовки №5	4,0	120	залік
ВК 2.6	Дисципліна професійної підготовки №6	4,0	120	залік
ВК 2.7	Дисципліна професійної підготовки №7	4,0	120	залік
ОК 22	Бренд-менеджмент	4,0	120	екзамен
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	залік
ОК 24	Маркетингові дослідження *Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»*	4,0	120	Екзамен *диф. залік*
ОК 25	Маркетингова цінова політика	5,0	150	екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі	4,0	120	екзамен
×	**Разом**	**32,0**	×	×
III курс, VI семестр				
ВК 1.Х	Дисципліна №3	4,0	120	залік
ВК 2.8	Дисципліна професійної підготовки №8	4,0	120	залік
ВК 2.9	Дисципліна професійної підготовки №9	4,0	120	залік
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	залік
ОК 27	Маркетингові комунікації	5,0	150	екзамен
ОК 28	Маркетингова політика розподілу	5,0	150	екзамен
ОК 37	Виробнича практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**28,0**	×	×
IV курс, VII семестр				
ВК 2.10	Дисципліна професійної підготовки №10	4,0	120	залік
ВК 2.11	Дисципліна професійної підготовки №11	4,0	120	залік
ВК 2.12	Дисципліна професійної підготовки №12	4,0	120	залік
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3,0	90	залік
ОК 29	Логістика	3,0	90	екзамен
ОК 30	Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі	5,0	150	екзамен
ОК 31	Маркетинг у виробничій і невиробничій сферах	5,0	150	екзамен
×	**Разом**	**28,0**	×	×
IV курс, VIII семестр				
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2,0	60	екзамен
ОК 32	Міжнародний маркетинг	5,0	150	екзамен
ОК 33	Управління рекламною діяльністю	5,0	150	екзамен
ОК 34	Аналітика в маркетингу	5,0	150	залік
ОК 38	Переддипломна практика	6,0	90	диф. залік
ОК 39	Кваліфікаційна робота	9,0	180	захист
×	**Разом**	**32,0**	×	×
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240,0**	7200	-

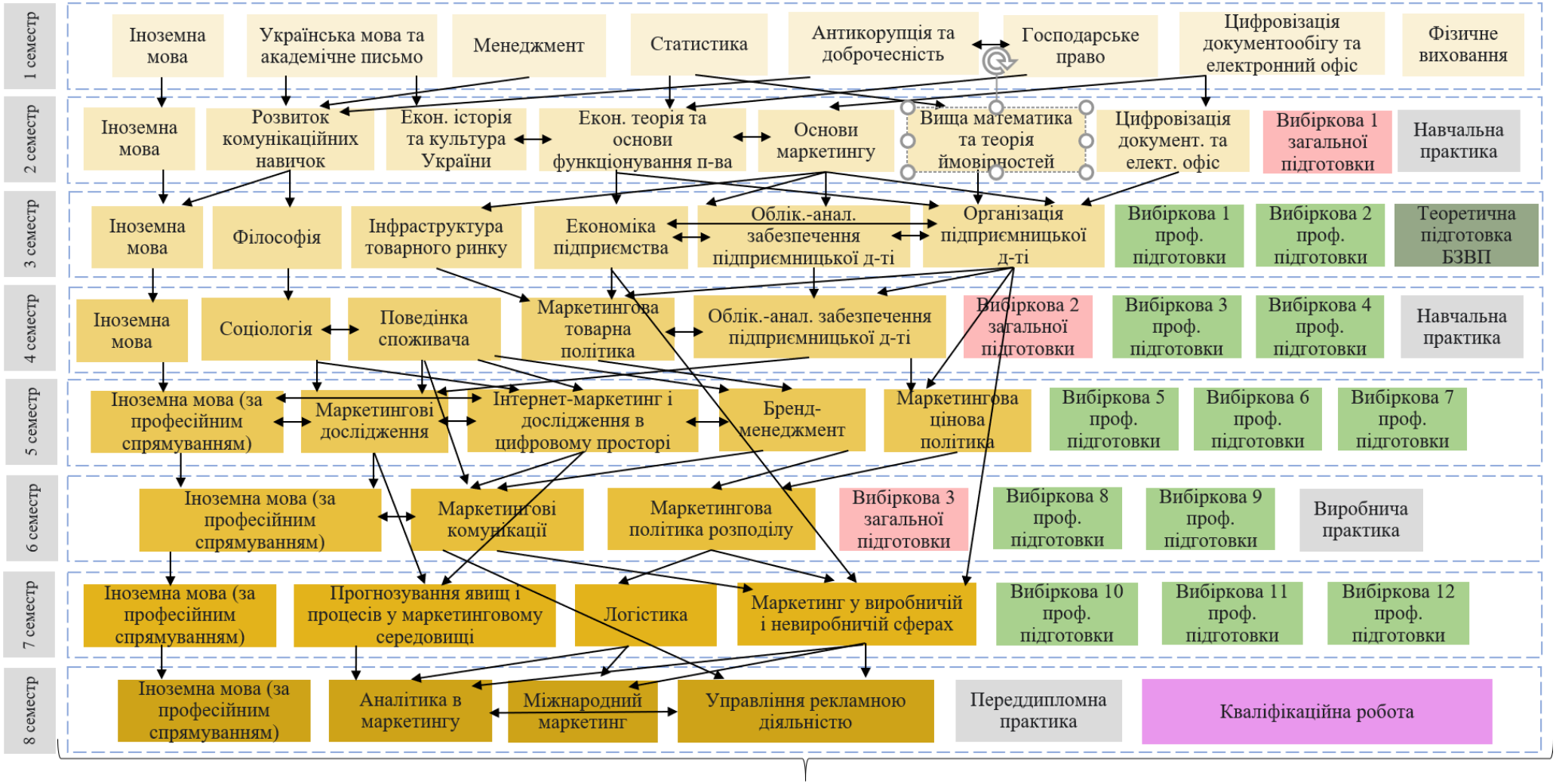


Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП

3. ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Матриця відповідності компетентностей обов'язковим компонентам

	ОК 1. Іноз.	ОК 2. Укр.	ОК 3. Антик.	ОК 4. Фіз.	ОК 5. Стат.	ОК 6. Право	ОК 7. Менед.	ОК 8. Цифр.	ОК 9.Роз.ком.	ОК 10. Іст.	ОК 11. Вища	ОК 12. Ек.теор.	ОК 13. Підпр.	ОК 14. Інф. ТР	ОК 15. Філ.	ОК 16. Обл.-ан	ОК 17.Ек.п.	ОК 18. Соціол.	ОК 19. Осн. м.	ОК 20. Тов.	ОК 21. Повед.	ОК 22. Бренд.	ОК 23. Анг.пр.	ОК 24. Марк.д.	ОК 25. М.цін.	ОК 26. Інтер.	ОК 27. Ком.	ОК 28. Роз.	ОК 29. Лог.	ОК 30. Прог.	ОК 31.Вир/Н.	ОК 32. Міжн.	ОК33. Рекл.	ОК34. Анал.	ОК35. НП 1	ОК36. НП 2	ОК37. ВП	ОК38. Перед.	ОК39. Квал.
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1			+			+				+					+																							+
ЗК 2				+						+					+			+																				+
ЗК 3					+		+				+		+									+							+							+	+	+	+
ЗК 4		+						+		+																								+	+			+
ЗК 5							+																						+						+	+	+	+
ЗК 6														+					+																	+	+	+
ЗК 7							+						+		+					+										+				+	+	+	+	+
ЗК 8					+				+									+			+			+										+	+	+	+	+
ЗК 9					+			+	+																+				+				+			+	+	+
ЗК 10	+																						+															+
ЗК 11							+		+																											+	+	+
ЗК 12									+			+	+																							+		+
ЗК 13																							+									+						+
ЗК 14			+			+							+						+																	+	+	+
ЗК 15			+																															+	+	+	+	+
СК 1		+																	+	+		+			+		+	+						+	+		+	+
СК 2																			+	+					+		+	+						+	+			+
СК 3												+		+					+							+				+				+				+
СК 4																			+	+					+		+	+								+	+	+	+
СК 5																						+		+		+											+	+	+
СК 6																					+			+		+													+
СК 7																+	+				+								+		+			+			+	+	+
СК 8													+			+						+		+						+				+			+	+	+
СК 9																										+							+				+	+	+
СК 10																										+				+				+			+	+	+
СК 11												+		+			+				+								+			+				+	+	+	+
СК 12																								+		+							+						+
СК 13																+	+													+			+						+
СК 14																+										+		+			+	+	+	+					+

4. ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами

	ОК 1. Іноз.	ОК 2. Укр.	ОК 3. Антик.	ОК 4. Фіз.	ОК 5. Стат.	ОК 6. Право	ОК 7. Менед.	ОК 8. Цифр.	ОК 9.Роз.ком.	ОК 10. Іст.	ОК 11. Вища	ОК 12.Екон.теор.	ОК 13. Підпр	ОК 14. Інф. ТР	ОК 15. Філ.	ОК 16. Обл.-ан	ОК 17. Ек. п.	ОК 18. Соціол.	ОК 19. Осн. м.	ОК 20. Тов.	ОК 21. Повед.	ОК 22. Брендл.	ОК 23.Анг.пр.	ОК 24. Марк. д.	ОК 25. М.цін.	ОК 26. Інтер.	ОК 27. Ком.	ОК 28. Роз.	ОК 29. Лог.	ОК 30. Прог.	ОК 31. Вир/Н.	ОК 32. Міжн.	ОК33. Рекл.	ОК34. Анал.	ОК35. НП 1	ОК36. НП 2	ОК37. ВП	ОК38. Перед.	ОК39. Квал.
ПР 1																			+	+		+		+	+		+	+					+		+	+	+	+	+
ПР 2					+						+	+		+			+		+		+			+		+			+	+		+	+			+	+	+
ПР 3																				+					+	+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	+
ПР 4					+			+								+	+				+			+		+			+	+	+		+		+	+	+	+	+
ПР 5											+			+					+		+	+		+		+								+					+
ПР 6							+									+		+		+				+	+	+	+	+	+		+			+			+	+	+
ПР 7								+																		+											+	+	+
ПР 8																						+									+							+
ПР 9																+																+					+	+	+
ПР 10								+	+							+	+		+				+														+	+	+
ПР 11									+			+	+		+				+			+		+		+			+										+
ПР 12		+						+	+	+		+			+																				+	+	+	+	+
ПР 13						+	+						+																								+	+	+	+
ПР 14							+		+																					+						+	+	+
ПР 15			+	+		+				+					+			+	+				+									+	+				+	+	+
ПР 16																			+							+										+	+	+	+
ПР 17	+	+																	+				+												+	+	+	+	+
ПР 18						+				+					+																						+	+	+
ПР 19			+																																			+