

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Білоцерківського національного
аграрного університету

протокол № 4 від 22.05 2025 р.

Голова Вченої ради,

ректор

 Олена ШУСТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ: Д БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: D5 МАРКЕТИНГ
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ)

Введено в дію з "25" серпня 2025 р.
наказ № 996 від "23" травня 2025 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
МАРКЕТИНГ

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Кваліфікація	Бакалавр маркетингу

Гарант освітньої програми – к.е.н., доцент Ірина ГЕРАСИМЕНКО



Робоча група:

- 1) д.е.н., професор Ольга ВАРЧЕНКО
- 2) к.е.н., доцент Ірина ГЕРАСИМЕНКО
- 3) к.е.н., доцент Ірина АРТІМОНОВА
- 4) к.е.н., доцент Вікторія ЗУБЧЕНКО

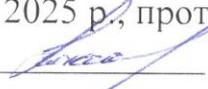


Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Наталя КУКІНА, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету ім. Дмитра Моторного.
2. Марина ТКАЧЕНКО, директор з маркетингу ТОВ «ОВОСТАР».
3. Віталій КОЗАК, директор ТОВ «АГРОХОЛДІНГ СКВИРА».

Погоджено:

Вчена рада економічного факультету

від "18" 04 2025 р., протокол № 10
декан факультету  Ігор ПАСКА

Проректор з освітньої, виховної

та міжнародної діяльності  Тетяна ДИМАНЬ
"23" 04 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право. ОПП містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Розроблено робочою групою у складі:

- 1) д.е.н., професор Ольга ВАРЧЕНКО
- 2) к.е.н., доцент Ірина ГЕРАСИМЕНКО
- 3) к.е.н., доцент Ірина АРТІМОНОВА
- 4) к.е.н., доцент Вікторія ЗУБЧЕНКО

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 р.; Постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» № 1341 від 23.11.2011 р. (в редакції Постанови Кабінету Міністрів України від 25.06.2020 р.), «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» № 1187 від 30.12.2015 р. (в редакції Постанови Кабінету Міністрів України № 365 від 24.03.2021 р.), «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» № 1021 від 30.08.2024 р., «Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» від 21.06.2024 р. № 734; Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.

**1. Профіль освітньо-професійної програми (ОПП)
з надання освітніх послуг для підготовки фахівців зі спеціальності D5 МАРКЕТИНГ
галузі знань D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Білоцерківський національний аграрний університет Економічний факультет
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Відсутня
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Білоцерківського національного аграрного університету», затвердженими Вченою радою БНАУ.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Денна форма навчання – 3 роки 10 місяців; заочна форма навчання – 4 роки 10 місяців.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://btsau.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	

Підготовка висококваліфікованих та компетентних бакалаврів (фахівців) з маркетингу, здатних на високому професійному рівні вирішувати актуальні проблеми маркетингової діяльності підприємницьких структур, зокрема агробізнесу, на основі фундаментальних знань, інноваційних способів мислення, цифрового інструментарію маркетингу та урахування принципів сталого розвитку з метою формування та посилення їх конкурентних позицій на цільових сегментах ринку.

3 - Характеристика освітньої програми

Галузь знань, спеціальність	D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО D5 МАРКЕТИНГ
Предметна область	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Освітня програма орієнтована на підготовку фахівців, які мають володіти системою загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для виконання науково-дослідних завдань та прийняття дієвих управлінських рішень в області маркетингової діяльності.
Основний фокус освітньої програми	Програма зорієнтована на підготовку фахівців, які володіють сучасними методами та маркетинговими технологіями digital-маркетингу, ринкової аналітики, сталого маркетингу для ефективного управління системою маркетингового забезпечення вітчизняних та зарубіжних комерційних та некомерційних організацій, та спроможні вести підготовку до створення та розвитку власного бізнес-проєкту. Ключові слова: маркетинг, товарна політика, цінова політика, канали розподілу продукції, Digital-маркетинг, маркетингові комунікації, сталий маркетинг, ринкові дослідження.
Особливості програми	Освітня програма бакалавра передбачає поглиблену практичну підготовку маркетологів з урахуванням вимог ринку праці в умовах нестабільного бізнес-середовища на основі принципів інноваційного та сталого розвитку та сучасних інформаційних технологій. За реалізації даної програми основний акцент робиться на формування у здобувачів практичної аналітичної роботи в області розробки та прийняття маркетингових рішень, дослідження особливостей товарних ринків та управління маркетинговою стратегією підприємства різних сфер економіки. У результаті опанування ОПП «Маркетинг» бакалаври отримають універсальні компетентності в сфері маркетингу

	та спроможні вирішувати практичні завдання, пов'язані зі створенням та виведенням на ринок нових товарів, розробкою маркетингової стратегії та володіють підходами до комплексу 4P, виконанням дослідницьких проєктів та підготовки аналітичних матеріалів для прийняття управлінських маркетингових рішень.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники здатні виконувати професійну роботу в різних підрозділах підприємств та організацій усіх форм власності та організаційно-правових форм. Набуті компетенції дають можливість виконувати таку професійну роботу згідно з Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010: 3114 – Фахівець інфокомунікацій; 342 – Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери; 3421 – Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів; 3415 – Технічні та торговельні представники; 2419.2 – Рекламист/ Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) / Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою.
Подальше навчання	Можливість продовження навчання за програмою другого циклу вищої освіти (FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК).
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Ґрунтується на принципах студентоцентризму, компетентнісному та індивідуально-особистісному підходах; реалізується через посилення практичної орієнтованості та творчої спрямованості, навчання на основі досліджень у формі комбінації лекцій, практичних занять, самостійної роботи з використанням елементів дистанційного навчання (електронне навчання в системі Moodle), майстер-класів менеджерів-практиків, інтерактивних методів навчання, навчальних та виробничих практик. Застосовується кредитно-трансферна система організації навчання.
Оцінювання	Оцінювання всіх видів аудиторної та позааудиторної роботи студентів у формі поточного, модульного та підсумкового контролю (усні та письмові опитування, розв'язання ситуаційних та розрахункових завдань, есе, презентації, проєктна робота, тестування, модульні контрольні роботи, ІНДЗ, заліки, екзамени), захисту звітів з практики та складання атестаційного екзамену. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною системою з переведенням у систему оцінок за національною шкалою, а також забезпечення ранжування досягнень за шкалою ЄКТС.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІНТ)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність враховувати засади сталого маркетингу.</p> <p>ЗК16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і</p>

	<p>розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність обґрунтовувати відповідні методи та маркетинговий інструментарій із урахуванням принципів сталого розвитку задля формування та посилення конкурентних переваг підприємств агробізнесу на цільових сегментах ринку.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p>

	<p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування маркетингових управлінських рішень на підприємствах агробізнесу із урахуванням принципів сталого розвитку.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, залучені до освітньо-професійної програми, є штатними співробітниками БНАУ. Понад 95% професорсько-викладацького складу мають наукові ступені за спеціальністю та/або вчене звання й підтверджений рівень наукової та професійної активності. Формування професійних компетентностей забезпечують професіонали з досвідом роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої світи і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема: навчальні приміщення; комп'ютерні класи (в тому числі «Лабораторія інформаційно-аналітичного забезпечення досліджень в аграрній економіці»); спортивний зал, спортивні майданчики; бібліотека, читальні зали; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; приміщення для НПП; гуртожитки; пункти харчування та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://btsau.edu.ua/ містить інформацію про освітній процес, наукову, міжнародну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти, дає можливість користуватись ресурсами бібліотеки БНАУ. Читальні зали бібліотеки мають доступ до мережі Інтернет, в інституційному Репозитарії БНАУ (http://rep.btsau.edu.ua/) розміщуються матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми. Фонд наукової бібліотеки університету містить 535981 примірників (в т. ч. наукової літератури – 149470, навчальної літератури – 339995). 12 найменувань друкованих фахових періодичних наукових видань. З 2016 р. в БНАУ відкрито доступ до наукометричної бази даних Web of Science. З 2018 року БНАУ надано доступ до наукометричної реферативної бази даних Scopus. Наявний доступ до таких баз даних як Elsevier Science Direct, Zenodo, re3data.org, Springer Open, DOAJ (Довідник журналів відкритого доступу), Google Scholar, ELibUkr, Наукова періодика України, Scimago Journal & Country Rank, WoS Group Master Journal List, BASE, Open Edition Journals. З 2020 р. університету надано доступ до CulOnline – повнотекстового збірника електронних книг та навчальної літератури видавництва ТОВ «Центр навчальної літератури», доступ до

	повнотекстових електронних ресурсів видавництва Bentham Science. Здобувачі вищої освіти мають можливість користуватись періодичними фаховими науковими виданнями в електронному варіанті, у тому числі іноземною (англійською) мовою. Електронна бібліотека використовує програмне забезпечення «УФД. Бібліотека». Інформаційні та навчально-методичні матеріали з дисциплін розміщені на платформі Moodle (teach.btsau.net.ua).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Білоцерківським національним аграрним університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між Білоцерківським національним аграрним університетом та закладами вищої освіти країн-партнерів https://btsau.edu.ua/uk/content/mizhnarodna-spivpracya-6 Між БНАУ та країнами-партнерами діють Програма імені Фулбрайта в Україні, Міжнародного Вишеградського фонду, Німецької служби академічних обмінів (DAAD). Підписані угоди про співпрацю з академічних обмінів з такими університетами як: Afyon Kocatepe University (Туреччина), Ondokuz Mayıs University (Туреччина), Czech University of Life Sciences, Prague (Чехія), University of Debrecen (Угорщина), Slovak University of Agriculture in Nitra (Словаччина), University of Agriculture in Krakow (Польща), University of Maribor (Словенія), University of Ljubljana (Словенія), Поморська Академія (м. Слупськ, Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до «Правил прийому до Білоцерківського національного аграрного університету», затверджених Вченою радою БНАУ.

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

2.1. Перелік компонент ОПП

Код	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
ОК 01.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	іспит
ОК 02.	Економічна теорія	5	іспит
ОК 03.	Вища математика	8	залік, іспит
ОК 04.	Аграрні технології	5	іспит
ОК 05.	Соціологія	4	залік
ОК 06.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, іспит
ОК 07.	Вступ до спеціальності	4	залік
ОК 08.	Фізичне виховання	3	залік, залік
ОК 09.	Історія української державності та національної культури	3	іспит
ОК 10.	Інформаційні системи і технології	6	іспит
ОК 11.	Історія економіки та економічної думки	4	залік
ОК 12.	Правознавство	5	залік
ОК 13.	Філософія	4	іспит
ОК 14.	Психологія	4	іспит
ОК 15.	Поведінка споживачів	4	іспит
ОК 16.	Мікро- та макроекономіка	8	залік, іспит
ОК 17.	Маркетинг	8	залік, іспит
ОК 18.	Статистика	5	іспит
ОК 19.	Менеджмент	4	іспит
ОК 20.	Оптимізаційні методи і моделі	4	залік
ОК 21.	Англійська фахова термінологія	4	іспит
ОК 22.	Інфраструктура товарного ринку	4	залік
ОК 23.	Маркетингова товарна політика	5	іспит
ОК 24.	Маркетингове ціноутворення	5	іспит
ОК 25.	Маркетингові комунікації	5	іспит
ОК 26.	Фінанси, гроші та кредит	4	залік
ОК 27.	Маркетингові дослідження	5	залік
ОК 28.	Логістика	5	іспит
ОК 29.	Digital-маркетинг	4	залік
ОК 30.	Маркетинг територій	5	іспит
ОК 31.	Сталий маркетинг	5	іспит
ОК 32.	Аграрний маркетинг	5	іспит
ОК 32.1	Курсова робота з дисципліни «Аграрний маркетинг»	1	курсова робота
ОК 33.	Управління маркетингом	5	іспит
ОК 34.	Аналіз господарської діяльності	5	іспит
ОК 35.	Навчальна практика зі спеціальності	3	залік
ОК 36.	Навчально-професійна практика зі спеціальності	3	залік
ОК 37.	Виробнича бакалаврська практика	6	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		176	

2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПІ

ВК 01	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки (БЗВП)*	3	залік
ВК 02	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	3	залік
ВК 03	Підприємництво	4	залік
ВК 04	Теорія організації	4	залік
ВК 05	Ділова етика у бізнесі	4	залік
ВК 06	Теорія галузевих і товарних ринків	4	залік
ВК 07	Електронний документообіг	4	залік
ВК 08	Безпека товарів та довкілля	3	залік
ВК 09	Товарознавство	4	залік
ВК 10	Міжнародна торгівля	4	залік
ВК 11	Лідерство та командотворення	3	залік
ВК 12	Міжнародна економіка	4	залік
ВК 13	Методи обробки інформації та прогнозування	4	залік
ВК 14	Страховання	4	залік
ВК 15	Бухгалтерський облік	4	залік
ВК 16	Комерційна діяльність	4	залік
ВК 17	Візуалізація даних	4	залік
ВК 18	Економіко-математичне моделювання	3	залік
ВК 19	Самоменеджмент	4	залік
ВК 20	Усні та письмові комунікації (англ. мовою) I	4	залік
ВК 21	Операційний менеджмент	4	залік
ВК 22	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік
ВК 23	Інвестування	4	залік
ВК 24	Оподаткування суб'єктів підприємництва	4	залік
ВК 25	Статистика ринку товарів і послуг	4	залік
ВК 26	Копірайтинг	4	залік
ВК 27	Маркетинг послуг	4	залік
ВК 28	Бенчмаркінг	3	залік
ВК 29	Бізнес-планування	3	залік
ВК 30	Електронна комерція	3	залік
ВК 31	Паблік рилейшнз	4	залік
ВК 32	Ризик-менеджмент	3	залік
ВК 33	Створення WEB-ресурсів	4	залік
ВК 34	Трудове право	4	залік
ВК 35	Усні та письмові комунікації (англ. мовою) II	4	залік
ВК 36	Захист прав споживачів	4	залік
ВК 37	Інноваційне підприємництво	4	залік
ВК 38	Інтернет-аналітика	3	залік
ВК 39	Маркетинг в соціальних мережах (англ. мовою)	3	залік
ВК 40	Менеджмент персоналу	4	залік
ВК 41	Міжнародний маркетинг	4	залік
ВК 42	Проектне фінансування	4	залік
ВК 43	Управління інноваціями	3	залік
ВК 44	Стандартизація, сертифікація та управління якістю	4	залік
ВК 45	Тренінг-курс з бренд-менеджменту	3	залік
ВК 46	Маркетинговий аудит	4	залік
ВК 47-52	Дисципліни із загальноуніверситетського каталогу		

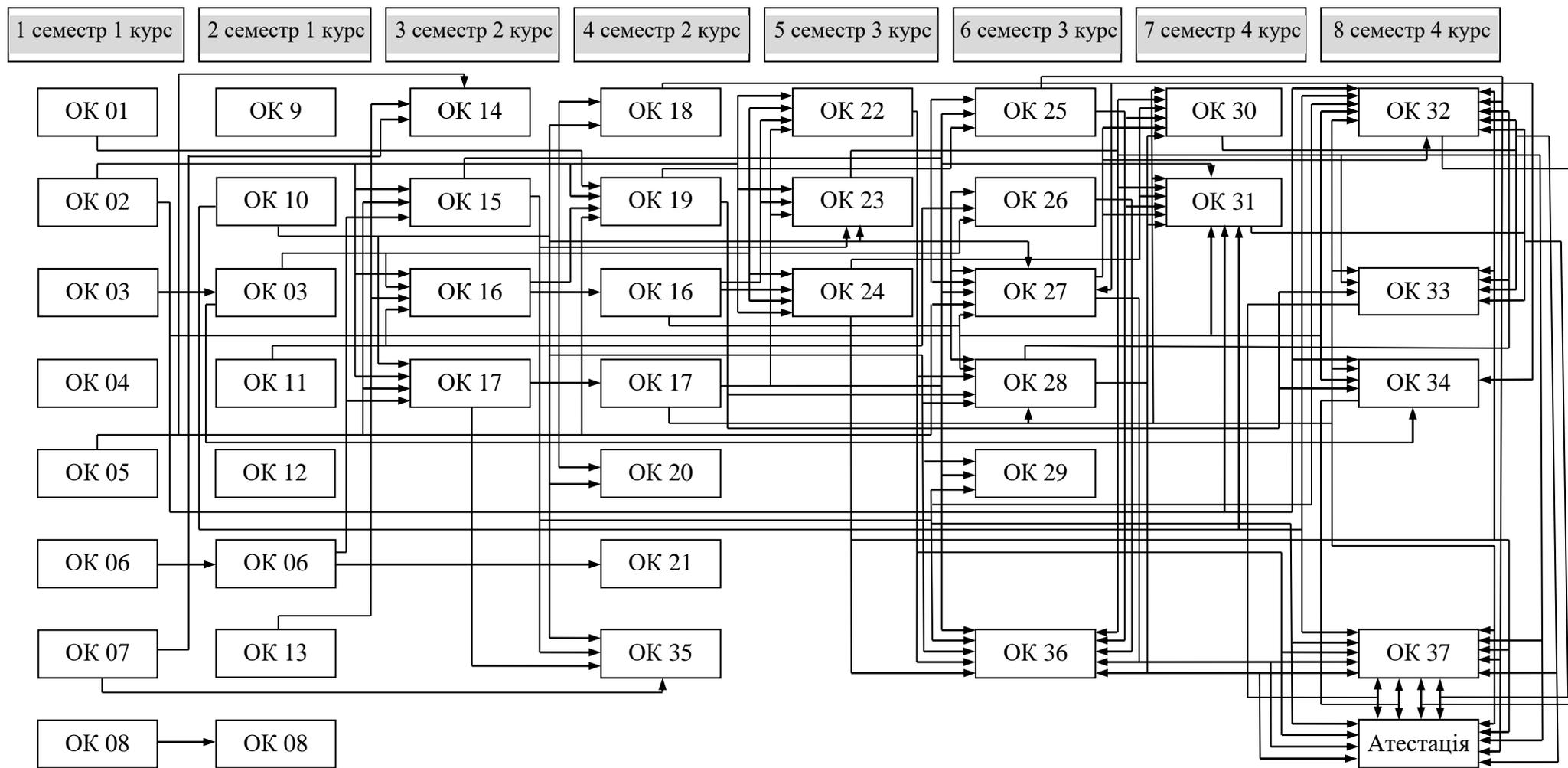
Загальний обсяг вибіркового компонента:	64
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	240

* – обов'язковий освітній компонент для осіб чоловічої статі, визначених ст. 10¹ Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу» № 2232-ХІІ

2.2. Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти

Випускна атестація здобувачів вищої освіти за освітньою програмою проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації бакалавра маркетингу. Умовою допуску до атестаційного екзамену є виконання здобувачем навчального плану в повному обсязі. Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та освітньо-професійною програмою.

2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



5. Матриця зв'язку програмних компетентностей та результатів навчання

5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньо-професійної програми

5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньо-професійної програми

Програмні результати навчання (Р)	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37		
P01							+							+	+		+					+	+	+				+	+		+		+	+	+	+			
P02		+	+								+	+			+	+	+						+	+			+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		
P03														+			+	+		+			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
P04		+	+							+						+	+	+	+	+	+			+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	
P05				+										+	+	+	+						+		+	+			+	+	+	+	+			+	+	+	
P06																	+		+						+	+			+				+		+	+	+	+	
P07			+							+									+				+		+			+		+								+	
P08																	+							+	+					+		+	+	+		+	+	+	
P09			+													+							+		+				+					+		+	+	+	
P10										+									+						+	+		+						+				+	
P11	+										+								+	+					+	+		+		+	+							+	
P12	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+		+		+	+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	
P13		+					+																+		+													+	
P14																		+								+				+						+	+	+	+
P15					+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+				+					+				+		+		+				+	
P16					+	+				+	+			+	+		+		+	+	+	+		+					+							+	+	+	
P17	+				+																+																	+	
P18					+		+		+			+	+	+																				+				+	
P19				+													+													+	+			+	+	+	+	+	

6. Матриця зв'язку компетентностей та обов'язкових компонентів освітньо-професійної програми

		Компоненти ОПП		
		ОК 01	ОК 02	
Компоненти ОПП	ОК 03	+	+	
	ОК 04	+	+	
	ОК 05	+	+	
	ОК 06	+	+	
	ОК 07	+	+	
	ОК 08	+	+	
	ОК 09	+	+	
	ОК 10	+	+	
	ОК 11	+	+	
	ОК 12	+	+	
	ОК 13	+	+	
	ОК 14	+	+	
	ОК 15	+	+	
	ОК 16	+	+	
	ОК 17	+	+	
	ОК 18	+	+	
	ОК 19	+	+	
	ОК 20	+	+	
	ОК 21	+	+	
	ОК 22	+	+	
	ОК 23	+	+	
	ОК 24	+	+	
	ОК 25	+	+	
	ОК 26	+	+	
	ОК 27	+	+	
	ОК 28	+	+	
	ОК 29	+	+	
	ОК 30	+	+	
	ОК 31	+	+	
	ОК 32	+	+	
	ОК 33	+	+	
	ОК 34	+	+	
	ОК 35	+	+	
	ОК 36	+	+	
	ОК 37	+	+	
	Загальні компетентності (ЗК)	01		+
		02		+
03		+	+	
04		+	+	
05		+	+	
06		+	+	
07		+	+	
08		+	+	
09		+	+	
10		+	+	
11		+	+	
12		+	+	
13		+	+	
14		+	+	
15		+	+	
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)		01	+	+
	02		+	
	03	+	+	
	04		+	
	05	+	+	
	06		+	
	07	+	+	
	08	+	+	
	09		+	
	10		+	
	11	+	+	
	12	+	+	
	13	+	+	
	14	+	+	
	15	+	+	