

СХВАЛЕНО Вченою радою
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

від «27» 06 2024 р.
протокол № 11

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор Кременчуцького національного
університету

імені Михайла Остроградського
М. В. Загірняк
«27» 06 2024 р.





ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ


РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший бакалаврський рівень
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Бакалавр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 – «Маркетинг»
КВАЛІФІКАЦІЯ	Бакалавр маркетингу

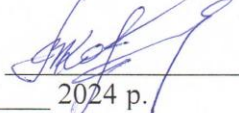
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

РОЗРОБЛЕНО

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) _____  Марина БІЛИК
06 травня 2024 р.

РЕКОМЕНДОВАНО
кафедрою бізнес адміністрування, маркетингу і туризму КрНУ
Завідувач кафедри бізнес адміністрування,
маркетингу і туризму _____  Ірина ТРУНІНА
протокол № 8 від 06 травня 2024 р.

СХВАЛЕНО
Науково-методичною Радою
Факультету економіки та управління _____  Леся САКУН
протокол № 8 від 14 травня 2024 р.

ПОГОДЖЕНО
Голова Методичної ради КрНУ _____  Віктор КОСТІН
протокол № 10 від 26 06 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою науково-методичною комісією спеціальності 075 Маркетинг у складі:

1. Труніна Ірина Михайлівна – д.е.н., проф., завідувач кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.

2. Мороз Олена Василівна – к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.

3. Латишев Костянтин Олександрович – к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.

4. Пряхіна Катерина Андріївна – к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.

5. Білик Марина Юріївна – к.е.н., старший викладач кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.

6. Куц Анастасія Олександрівна – здобувач вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського рівня), КрНУ.

7. Усанова Ольга Петрівна – заступник міського голови м. Кременчука

Освітньо-професійна програма «Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг підготовки здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем розроблена на основі та з урахуванням вимог і дотриманням принципів:

- Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII в редакції від 16.01.2020 р. (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>);

- Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 (з змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 509 від 12.06.2019, № 519 від 25.06.2020) (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF/paran12#n12>);

- Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (http://ecahe.eu/w/index.php/Framework_for_Qualifications_of_the_European_Higher_Education_Area);

- Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG-2015) (https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf);

- Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 2 вересня 2015 року № 1084) (<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>)

- Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України №1343 від 05.12.2018 р.; (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>)

- Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється

підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України 11 липня 2019 року № 977.

- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п.>)

При розробці освітньо-професійної програми використано досвід закладів вищої освіти України та міжнародних, які здійснюють підготовку здобувачів першого (бакалаврського) рівня за різними освітньо-професійними програмами за спеціальністю «Маркетинг», зокрема:

- Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка
<http://econom.univ.kiev.ua/departments/ieam/bac/marketing/>;

- Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
[https://drive.google.com/file/d/1cv4KyQ3Z73BgMoLdxiFGmKdqe99gG1p0/view](https://drive.google.com/file/d/1cv4KyQ3Z73BgMoLdxiFGmKdqe99gG1p0/view;);

- Національний університет «Львівська політехніка»
<http://directory.lpnu.ua/majors/IEM/6.075.00.00/8/2021/ua/full>;

- Стопанська Академія Д.А. Ценов (Болгарія)
<https://www.unisvishtov.bg/bg/education/bachelor/bachelor-documentation/10071015>;

- University of Dundee (Шотландія)
<https://www.dundee.ac.uk/undergraduate/business-economics-marketing-bsc/teaching-and-assessment>

- Vysoká škola evropských a regionálních studií (Чехія)
<https://vsers.cz/wp-content/uploads/2017/02/mms.pdf>

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського Факультет економіки і управління Кафедра бізнес адміністрування, маркетингу і туризму
Ступінь освіти кваліфікації оригіналу	Ступінь вищої освіти: бакалавр Освітня кваліфікація: Бакалавр з маркетингу Кваліфікація в дипломі: Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» галузі знань галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; на базі ступеня «молодший бакалавр» освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» – 180 кредитів ECTS (визнається та перезараховується 60 кредитів ECTS, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра «молодшого спеціаліста»), термін навчання 2 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Рішення про акредитацію освітньої програми від 29.03.2022р., № 3031.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Міжнародна класифікація	04 Business, administration and law – 041 Business and administration – 0414 Marketing and advertising
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти; наявність ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07.2027 року
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://bamt.kdu.edu.ua/opp
2 - Мета освітньої програми	
Мета ОПП – Підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які	

володіють сучасним мисленням та відповідними компетентностями в галузі управління та адміністрування, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності задля реалізації інноваційного розвитку України, забезпечення потреб суспільства, регіонального та національного ринків праці в умовах інтернаціоналізації.

3 - Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Опис предметної області	<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, методики 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
Основний фокус освітньої програми	<p>Програма спрямована на оволодіння основними та спеціальними знаннями і практичними навичками в сфері маркетингу для реалізації конкурентоспроможного та інноваційного розвитку України.</p> <p><i>Ключові слова:</i> маркетинг, управління, ринкові дослідження, маркетингові комунікації, інноваційний маркетинг</p>
Особливості програми (унікальні)	Унікальність освітньої програми: підготовка маркетологів, які володіють актуальними знаннями з

сть)	маркетингу для забезпечення потреб підприємств регіону та сучасного ринку праці.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівець здатний виконувати зазначену(і) професійну(і) роботу(и) за ДК 003:2010: 3413 Агенти з торгівлі майном: Агент з нерухомості; Ріелтер; Торговець (власність); Торговець нерухомістю. 3416 Закупники. 3419 Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі: Інспектор торговельний; Інспектор-товарознавець; Організатор з постачання; Організатор із збуту; Товарознавець. 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів. 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери: Агент рекламний; Представник з реклами; Ревізор комерційний; Торговець (обслуговування бізнесу та реклами).
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції, лабораторні роботи, практичні та семінарські заняття, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників та конспектів лекцій, консультації із викладачами, підготовка випускної роботи бакалавра
Оцінювання	Контроль знань та умінь студентів здійснюється у формі поточного та підсумкового контролю. Оцінювання рівня знань студентів проводиться за рейтинговою системою. Поточний контроль включає контроль знань, умінь та навичок студентів на лекціях, практичних, лабораторних, заняттях та під час виконання індивідуальних навчальних завдань, контрольних, розрахункових, курсових. Підсумковий контроль проводиться у формі екзаменів, заліків, підсумкового контролю та кваліфікаційної роботи

	бакалавра з захистом.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу 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>ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких проявів недоброчесності.</p>
Спеціальні (фахові)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

компетентності	<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 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>
-----------------------	--

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 прийнятті управлінських рішень.
ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
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.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 15	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.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетинголога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	У викладанні навчальних дисциплін нормативної частини змісту навчання беруть участь доктори наук, професори, кандидати наук, доценти, фахівці даної галузі

	знань, які мають певний стаж практичної, наукової та педагогічної роботи
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення кафедри дозволяє повністю забезпечити навчальний процес протягом всього циклу підготовки. Сучасна комп'ютерна техніка, мультимедійні комплекси, програмне забезпечення.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання віртуального навчального середовища КрНУта авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Кременчуцьким національним університетом імені Михайла Остроградського та іншими університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між КрНУ та навчальними закладами країн-партнерів, а саме: - Університет Матея Бела, Словачія https://www.umb.sk/medzinarodne-vztahy/mobility/erasmus/ - Університет прикладних наук (VIKO), Литва https://en.viko.lt/#
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Для іноземних громадян навчання здійснюється англійською мовою, а українська вивчається як іноземна

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

2.1. Перелік компонент ОП

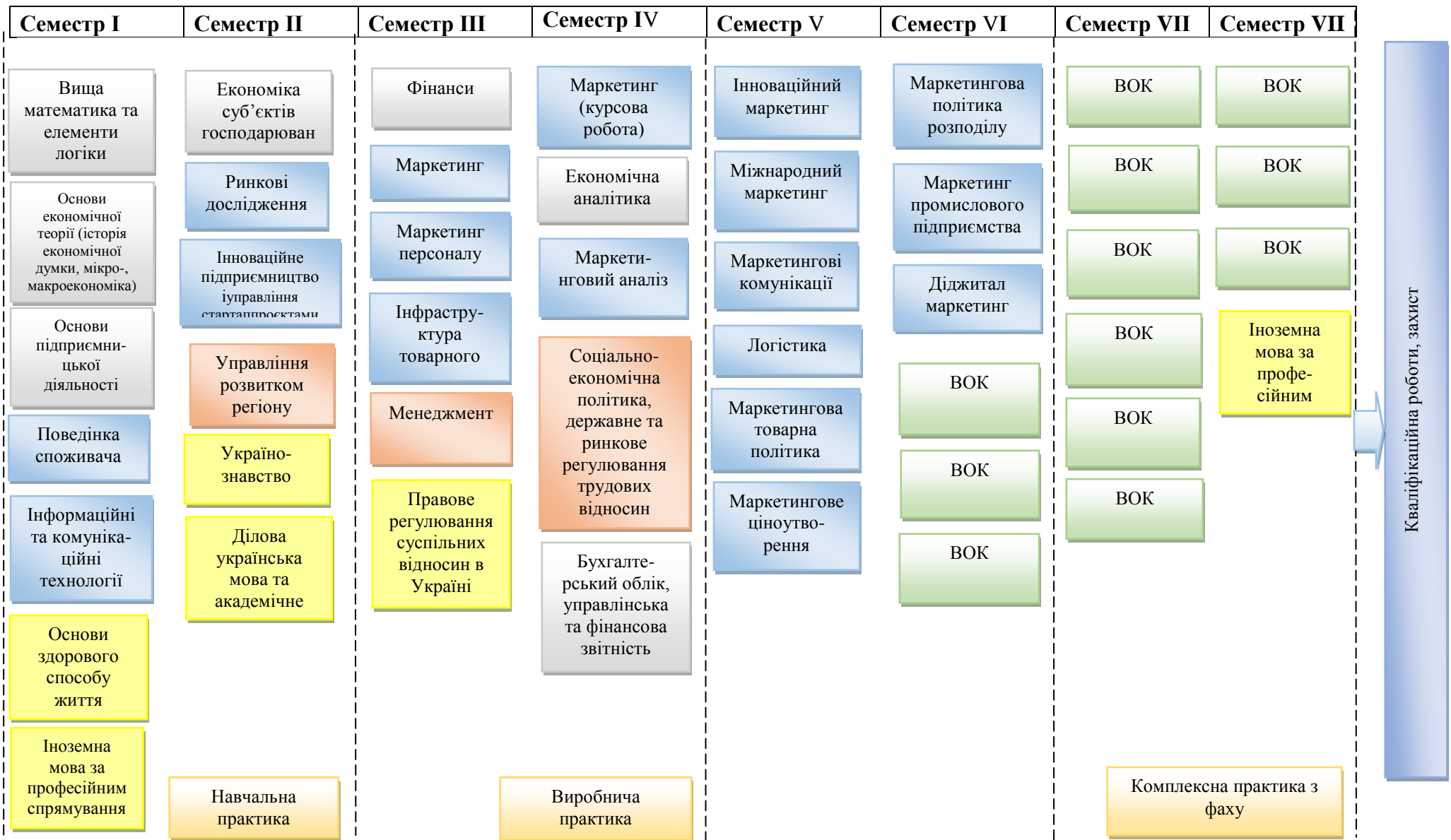
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
1.1. ЦИКЛ ДИСЦИПЛІН ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ООК-1	Правове регулювання суспільних відносин в Україні	3	д. залік
ООК-2	Основи здорового способу життя	3	д. залік
ООК-3	Українознавство	3	д. залік
ООК-4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	6	д. залік
ООК-5	Вища математика й елементи логіки	4	д. залік
ООК-6	Ділова українська мова та академічне письмо	3	д. залік
ООК-7	Інформаційні та комунікаційні технології	5	екзамен
ООК-8	Основи економічної теорії (історія економічної думки, мікро-, макроекономіка)	5	екзамен
1.2. ЦИКЛ ДИСЦИПЛІН ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ООК-9	Основи підприємницької діяльності	5	екзамен
ООК-10	Поведінка споживача	5	д. залік
ООК-11	Ринкові дослідження	5	екзамен
ООК-12	Економіка суб'єктів господарювання	5	екзамен
ООК-13	Управління розвитком регіону	5	д. залік
ООК-14	Інноваційне підприємництво і управління стартап проєктами	6	д. залік
ООК-15	Маркетинг	11	екзамен
ООК-16	Менеджмент	5	екзамен
ООК-17	Фінанси	5	екзамен
ООК-18	Маркетинг персоналу	5	д. залік
ООК-19	Інфраструктура товарного ринку	6	д. залік
ООК-20	Соціально-економічна політика, державне та ринкове регулювання трудових відносин	5	екзамен
ООК-21	Економічна аналітика	5	екзамен
ООК-22	Бухгалтерський облік, управлінська та фінансова звітність	5	д. залік

ООК-23	Маркетинговий аналіз	6	д. залік
ООК-24	Маркетингове ціноутворення	5	д. залік
ООК-25	Інноваційний маркетинг	5	екзамен
ООК-26	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ООК-27	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ООК-28	Логістика	5	екзамен
ООК-29	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ООК-30	Діджитал маркетинг	5	екзамен
ООК-31	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ООК-32	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		162,0	
2. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА**			
ВОК*	Дисципліна 1*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 2*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 3*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 4*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 5*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 6*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 7*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 8*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 9*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 10 *	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 11*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 12*	5	д. залік
Загальний обсяг вибірових компонент: 60,0			
3. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА			
ООК-33	Навчальна практика (вступ до фаху)	3	д. залік
ООК-34	Виробнича практика	3	д. залік
ООК-35	Комплексна практика з фаху	4,5	д. залік
ООК-36	Кваліфікаційна робота, захист кваліфікаційної роботи	7,5	
Загальний обсяг практичної підготовки:		18,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

д.залік – диференційний залік;

* – дисципліни з Переліку дисциплін вибору студента.

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація 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. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота оприлюднюється в репозитарії ЗВО.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентами освітньої програми

	ООК 1	ООК 2	ООК 3	ООК 4	ООК 5	ООК 6	ООК 7	ООК 8	ООК 9	ООК 10	ООК 11	ООК 12	ООК 13	ООК 14	ООК 15	ООК 16	ООК 17	ООК 18	ООК 19	ООК 20	ООК 21	ООК 22	ООК 23	ООК 24	ООК 25	ООК 26	ООК 27	ООК 28	ООК 29	ООК 30	ООК 31	ООК 32	ООК 33	ООК 34	ООК 35	ООК 36		
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															+	+			+					+		+	+			+				+			+	+

