

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Затверджено рішенням Вченої ради
Вінницького національного аграрного
університету

(протокол № 10 від « 31 » 05 2019р.)

Ректор  /В.А. Мазур/

(наказ № 44 від « 31 » травня 2019р.)



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти перший
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня кваліфікація бакалавр маркетингу

РОЗРОБЛЕНО

Кафедрою маркетингу та аграрного
бізнесу

Протокол № 12
від «13» 05 2019 р.

Зав. кафедри
Луцяк В.В.
підпис

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної та
навчальної роботи

І.В. Гунько
підпис

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною комісією
університету

Протокол №10
від «20» 05 2019 р.

Голова НМК університету
Гунько І.В.
підпис

Декан факультету менеджменту та
права

Мельничук О.Ф.
підпис

«16» 05 2019 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг 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.

Розроблено проектною групою у складі:

Луцяк Віталій Васильович – доктор економічних наук, доцент, тимчасово виконуючий обов’язки завідувача кафедри маркетингу та аграрного бізнесу;

Логоша Роман Васильович – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та аграрного бізнесу;

Мостенська Тетяна Геннадіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри аграрного менеджменту;

Салькова Ірина Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки.

Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstvaosviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

7. Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, ступеня вищої освіти – бакалавр, галузі знань – 07 Управління та

адміністрування, спеціальності – 075 Маркетинг. Затверджено та введено в дію
Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 //
Електронний ресурс. – Режим доступу:
[https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-
osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf](https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf)

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вінницький національний аграрний університет, кафедра маркетингу та аграрного бізнесу
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. Обсяг освітньої програми: - на основі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; - на основі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» становить 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців; - на основі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») інших спеціальностей становить 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Первинна акредитація в 2023 році.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Без обмежень доступу до навчання. Умови вступу визначають Правила прийому до Вінницького національного аграрного університету. Наявність атестату про повну середню освіту, ступеня молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста).
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.vsau.org
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг». <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії в різних сферах, зокрема в аграрній сфері, суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів та потреб.

	<p><u>Цілі навчання:</u> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><u>Теоретичний зміст предметної області:</u> суть маркетингу як сучасної концепції управління ринком; 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><u>Методи, методики та технології:</u> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><u>Інструменти та обладнання:</u> 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.</p> <p><u>Професійні акценти:</u> формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Загальна. Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців, здатних в практичній діяльності використовувати набуті компетентності в сфері маркетингу, спроможних критично мислити, проявляти креативність та підприємницьку ініціативність, використовувати комунікації в якості базису результативності маркетингових відносин в бізнес середовищі, а також формувати сучасний інструментарій маркетингової діяльності для різних суб'єктів бізнесу, зокрема, в аграрній сфері.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринок, товар, реклама, маркетингові дослідження, просування, маркетингове ціноутворення, комплекс маркетингу, аграрний маркетинг.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма забезпечує набуття високого рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища, із знаннями та вміннями працювати у Інтернет-середовищі, у соціальних мережах тощо. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання тренінгових методів навчання. Формує маркетологів з новим перспективним стилем мислення, здатних генерувати інноваційні стратегічні рішення та працювати у середовищі Інтернет.</p>
<p>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	

**Придатність до
працевлаштування**

Випускники підготовлені до роботи в галузях економіки за
ДК 009:2010:

Код	Назва	NACE (Rev. 1.1)	ISIC (Rev. 4)
70	Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування		70
70.1	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)		701
70.10	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)	74.15*	7010
70.2	Консультування з питань керування		702
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	74.14*	7020*
70.22	Консультування з питань комерційної діяльності й керування	05.01* 74.14*	7020* 7020*
73	Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку		73
73.1	Рекламна діяльність		731
73.11	Рекламні агентства	74.40*	7310*
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобу масової інформації	74.40*	7310*
73.2	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки		732
73.20	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки	74.13	7320

Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за
ДК003:2010:

Код КП	Професійна назва роботи
3413	Торговець (власність)
3413	Торговець нерухомістю
3415	Мерчендайзер
3415	Агент торговельний
3415	Агент комерційний
3419	Організатор із збуту
3419	Інспектор-товарознавець
3429	Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
3436.1	Помічник керівника підприємства (установи, організації)
3436.3	Помічник керівника малого підприємства без апарату управління
	Випускники можуть працювати на посадах: спеціаліста департаменту маркетингу, збуту й логістики; спеціаліста підрозділів товарної та цінової політики; спеціаліста підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога- аналітика; спеціаліст із зв'язків з громадськістю та PR, Інтернет-маркетолог.

**Подальше
навчання**

Можливе подальше продовження освіти на другому
(магістерському) рівні вищої освіти.

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо.</p> <p>Викладання та навчання проводяться у таких формах: лекції, мультимедійні лекції, практичні заняття, індивідуальні завдання, проектна робота в командах, самостійна робота з підручниками, конспектами, консультації з викладачами, практика на підприємствах, підготовка до державної атестації.</p>
Оцінювання	<p>Усні та письмові экзамени, заліки, захист звіту з практики, апробація результатів дослідження на наукових конференціях, тестування, підсумкова атестація тощо.</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>
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>
Спеціальні (фахові) компетентності	<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</p>

	<p>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 інноваційної 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 крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</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>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Навчальний процес підготовки бакалаврів маркетингу забезпечують провідні викладачі кафедр університету.</p> <p>Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають підтверджений рівень наукової і професійної активності.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення реалізації програми відповідає потребам: достатня кількість аудиторій для проведення лекційних і практичних занять, наповнених сучасним мультимедійним обладнанням для використання в навчальних цілях і для проходження практик; комп'ютерних класів з необхідним устаткуванням. Наявна розвинена соціально-побутова інфраструктура: бібліотека університету, у тому числі читальний зал із комп'ютеризованими робочими місцями; пункти харчування в корпусах університету; актовий та спортивний зали, стадіон та спортивні майданчики; зони відпочинку студентів, гуртожитки тощо.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Навчальний процес зі спеціальності повністю забезпечений методичними комплексами дисциплін, що складаються з підручників, методичних розробок до практичних занять, лабораторних практикумів, методичних вказівок до самостійної роботи студентів, методичних матеріалів до курсового проектування, прототипів розробки курсових проектів, екзаменаційних та тестових запитань різної складності (для самоперевірки, для іспитів, для тренінгів) тощо.</p> <p>В університеті функціонує електронна система «Сократ», в якій реалізовані функції дистанційного навчання і управління ВУЗом. Єдина база даних студентів, дисциплін, викладачів, співробітників тощо є глобальним інформаційним ресурсом університету та забезпечує функціонування підсистем «Сократ»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - «АСУ-Деканат»; - підсистеми «АСУ-Медцентр»; - електронної бібліотечної системи «Софія»; - репозиторію університету; - автоматизованої системи тестування знань Тезаурус;

	<ul style="list-style-type: none"> - обліку знань студентів; - обліку навчальної активності студентів; навчальної клієнт-серверній програми «WEB-бухгалтерія» тощо.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод ВНАУ із закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	ВНАУ створює можливості для отримання досвіду міжнародної співпраці впродовж навчання на основі угод про наукову і академічну співпрацю з міжнародними установами (сайт ВНАУ: https://vsau.org/pro-universitet/strukturni-pidrozdili/mizhnarodna-diyalnist)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відсутнє.

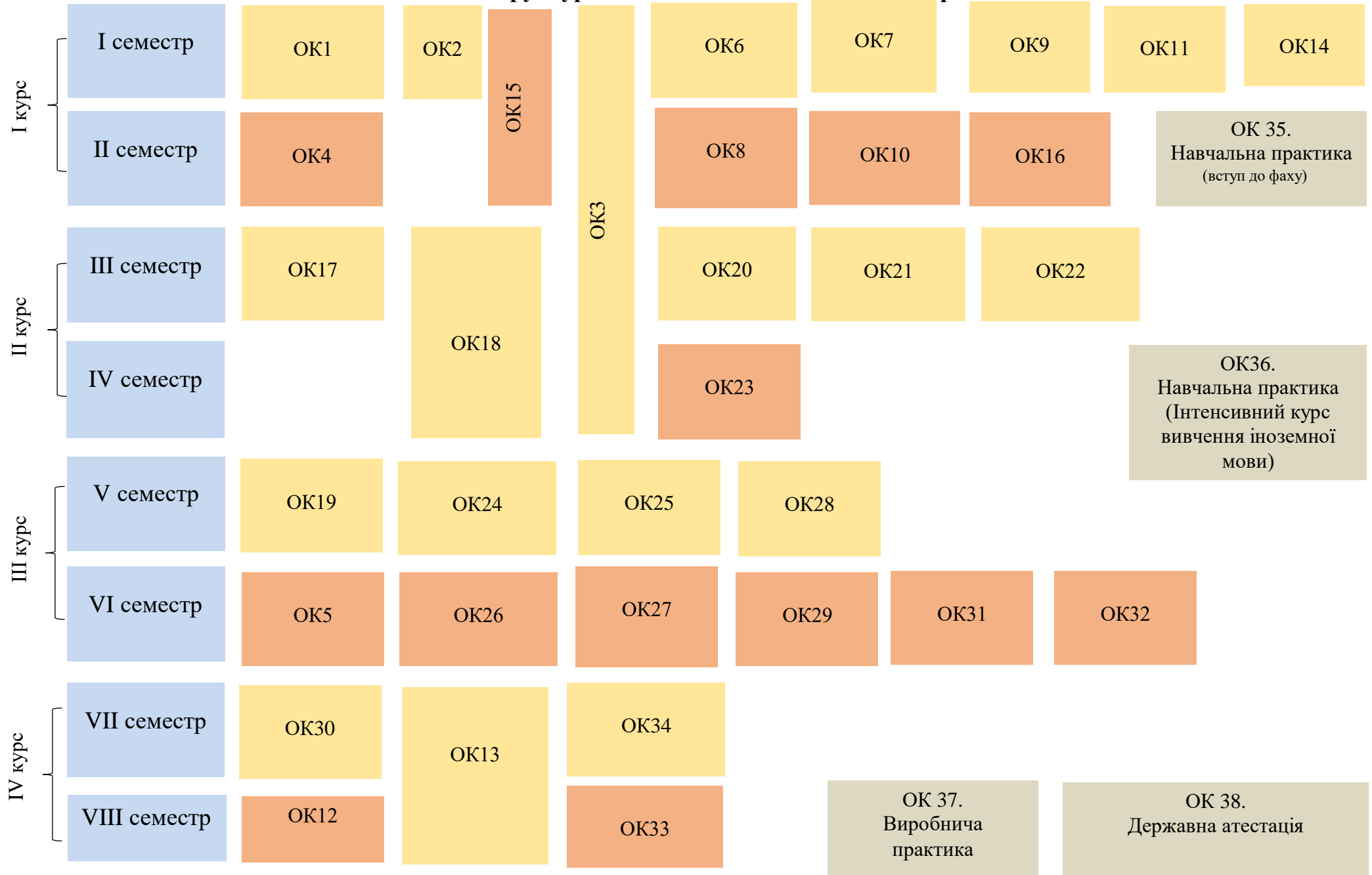
2. Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Історія України та етнокulturологія	5	Екзамен
ОК 2	Українська мова (за професійним спрямування)	4	Екзамен
ОК 3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	10	Екзамен, екзамен
ОК 4	Філософія	5	Екзамен
ОК 5	Охорона праці та безпека життєдіяльності	4	Залік
ОК 6	Регіональна економіка	5	Екзамен
ОК 7	Геологія	4	Залік
ОК 8	Технологія виробництва продукції тваринництва	4	Залік
ОК 9	Технологія виробництва продукції рослинництва	4	Залік
ОК 10	Соціологія	3	Залік
ОК 11	Психологія	3	Екзамен
ОК 12	Енергоефективність та альтернативні джерела енергії	5	Екзамен
ОК 13	Аграрна політика та земельні відносини	6	Залік, екзамен
ОК 14	Історія економіки та економічної думки	5	Екзамен
ОК 15	Вища та прикладна математика	6	Екзамен
ОК 16	Інформаційні системи та технології	5	Екзамен
ОК 17	Основи наукових досліджень	5	Екзамен
ОК 18	Економічна теорія: (Основи економічної теорії, Мікроекономіка, Макроекономіка)	6	Екзамен
ОК 19	Економіка та фінанси підприємств	5	Екзамен
ОК 20	Основи агробізнесу	6	Екзамен
ОК 21	Менеджмент	6	Екзамен
ОК 22	Статистика	5	Екзамен
ОК 23	Основи маркетингу	6	Екзамен
ОК 24	Облік і оподаткування	5	Екзамен
ОК 25	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ОК 26	Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика)	5	Екзамен
ОК 27	Маркетинговий менеджмент	5	Екзамен
ОК 28	Галузевий маркетинг	5	Екзамен
ОК 29	Маркетингова цінова політика	5	Екзамен
ОК 30	Маркетингова політика розподілу	4	Екзамен
ОК 31	Маркетингова комунікаційна політика	5	Залік
ОК 32	Міжнародна економіка	6	Залік
ОК 33	Маркетингове планування	4	Екзамен
ОК 34	Логістика	4	Екзамен
ОК 35	Навчальна практика (вступ до фаху)	2	Залік
ОК 36	Навчальна практика (Інтенсивний курс вивчення іноземної мови)	1	Залік
ОК 37	Виробнича практика	5	Залік
ОК 38	Державна атестація	2	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	

Вибіркові компоненти – Блок 1			
ВК 1.1	Економетрія	5	Залік
ВК 1.2	Організація та планування підприємницької діяльності	5	Залік
ВК 1.3	Нормативно-правове забезпечення маркетингової діяльності	5	Залік
ВК 1.4	Системи прийняття маркетингових рішень	5	Залік
ВК 1.5	Дослідження ринків (в т.ч. інфраструктура ринку)	5	Залік
ВК 1.6	Тайм менеджмент	5	Залік
ВК 1.7	Економіко-математичні методи та моделі маркетингу	5	Залік
ВК 1.8	Рекламний креатив (копірайтинг) та семіотика в рекламі	5	Залік
ВК 1.9	Управління поведінкою споживачів	5	Залік
ВК 1.10	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	5	Залік
ВК 1.11	Мерчендайзинг	5	Залік
ВК 1.12	Інтернет-маркетинг	5	Залік
Вибіркові компоненти – Блок 2			
ВК 2.1	Організація та проектування фірм	5	Залік
ВК 2.2	Математичні методи і моделі ринкової економіки	5	Залік
ВК 2.3	Маркетинг послуг	5	Залік
ВК 2.4	Комерційне право	5	Залік
ВК 2.5	Агромаркетинг	5	Залік
ВК 2.6	Самоменеджмент	5	Залік
ВК 2.7	Науково-дослідна робота студентів	5	Залік
ВК 2.8	Основи реклами і зв'язків із громадськістю	5	Залік
ВК 2.9	Конкурентоспроможність підприємства	5	Залік
ВК 2.10	Основи підприємництва	5	Залік
ВК 2.11	Трейд-маркетинг	5	Залік
ВК 2.12	Управлінські рішення	5	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	
Позакредитні компоненти			
	Вступ до фаху	0,5	
	Фізичне виховання	2	Залік, залік
	Військова підготовка	29	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» першого рівня вищої освіти здійснюється у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється державною екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої 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		
IK	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
BK1				•	•		•			•	•										•																			
BK2	•	•	•	•	•				•			•						•																						
BK3				•	•				•		•	•				•		•				•	•						•							•	•		•	
BK4						•		•				•					•			•	•	•	•		•			•				•			•	•			•	
BK5								•								•				•		•																•	•	
BK6													•	•									•	•				•	•						•	•		•	•	
BK7		•			•			•							•	•		•	•				•	•	•			•				•			•	•	•		•	
BK8			•													•	•	•										•										•	•	
BK9									•		•					•	•						•					•							•				•	
BK10			•									•							•																		•			
BK11						•										•					•																		•	
BK12						•		•				•	•																•					•	•					•
BK13			•									•	•								•								•											
BK14		•					•												•			•																		
CK1			•																			•		•											•		•	•		
CK2				•								•							•		•		•																•	
CK3														•						•			•													•	•	•	•	
CK4																													•									•	•	
CK5									•				•				•														•	•						•	•	
CK6								•				•					•									•			•											•
CK7													•						•	•					•				•	•	•								•	•
CK8								•															•							•								•	•	•
CK9																																•	•					•		
CK10																•								•					•											•
CK11				•		•					•												•	•								•				•			•	
CK12																				•								•	•						•				•	•
CK13																							•															•	•	
CK14								•					•								•																	•	•	

	BK 1.1	BK 1.2	BK 1.3	BK 1.4	BK 1.5	BK 1.6	BK 1.7	BK 1.8	BK 1.9	BK 1.10	BK 1.11	BK 1.12	BБ 2.1	BK 2.2	BK 2.3	BK 2.4	BK 2.5	BK 2.6	BK 2.7	BK 2.8	BK 2.9	BK 2.10	BK 2.11	BK 2.12
IK	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
3K1	•																•							
3K2							•																	
3K3																					•			
3K4		•	•	•	•	•			•					•	•	•		•			•			•
3K5		•	•	•	•	•										•						•	•	•
3K6							•			•												•	•	•
3K7													•										•	
3K8						•																		
3K9	•							•										•						
3K10								•			•							•	•					
3K11									•		•								•	•				
3K12								•	•								•			•	•			
3K13															•									
3K14			•																					
CK1																		•						
CK2										•														
CK3														•										
CK4				•																				
CK5						•																		
CK6																						•		
CK7																					•			
CK8															•									
CK9			•																					
CK10																							•	
CK11											•										•			
CK12																								
CK13																		•						
CK14																	•							

	БК 1.1	БК 1.2	БК 1.3	БК 1.4	БК 1.5	БК 1.6	БК 1.7	БК 1.8	БК 1.9	БК 1.10	БК 1.11	БК 1.12	ВБ 2.1	БК 2.2	БК 2.3	БК 2.4	БК 2.5	БК 2.6	БК 2.7	БК 2.8	БК 2.9	БК 2.10	БК 2.11	БК 2.12
P1	•																							
P2					•	•					•													
P3			•						•				•				•							•
P4																					•			
P5														•										
P6										•														
P7																							•	
P8															•									
P9													•							•	•			
P10				•												•			•					
P11														•										
P12	•						•	•																
P13															•									
P14								•									•							
P15																					•			
P16		•	•							•														
P17									•															
P18						•						•						•				•		

Гарант освітньої програми
д.е.н., доцент



В.В. Луцяк