

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ**  
**«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«МАРКЕТИНГ»**

**Першого рівня вищої освіти**

**за спеціальністю** 075 Маркетинг

**галузі знань** 07 Управління та адміністрування

**кваліфікація** бакалавр

**Затверджено**

**Вченою радою ПУЕТ**

**Голова вченої ради**

О. НЕСТУЛЯ

**Освітньо-професійна програма**

**Вводиться в дію з** 2021 р.

**Ректор** О. НЕСТУЛЯ

**(наказ №**     **від**     **2021 року)**

**Полтава 2021**

## Лист погодження

<b>№ з/п</b>	<b>Посада</b>	<b>ПІБ</b>	<b>Науковий ступінь, вчене звання</b>	<b>Підпис</b>
1	Перший проректор	Педченко Наталія Сергіївна	д.е.н., професор	
2	Голова науково-методичної комісії навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій із забезпечення якості вищої освіти	Губа Людмила Миколаївна	к.т.н., доцент	
3	Голова науково-методичної групи зі спеціальності із забезпечення якості вищої освіти	Карпенко Наталія Володимирівна	д.е.н., професор	

**Внесено проектною групою в складі науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»:**

1. Іваннікова Марина Миколаївна, керівник проектної групи, гарант освітньої програми, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент
2. Карпенко Наталія Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, д.е.н., професор
3. Яловега Наталія Іванівна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій, кафедра маркетингу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти: Бакалавр Спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Маркетинг
<b>Офіційна назва освітньо-професійної програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців.
<b>Наявність акредитації освітньої програми</b>	Сертифікат про акредитацію спеціальності (освітньої програми) за рівнем бакалавр УП № 17007072 від 10.07.2018 р. Термін дії – до 01.07.2023 р.
<b>Цикл/рівень</b>	Національна рамка кваліфікацій України (НРК) – 6 рівень. Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA) – перший цикл. Європейська рамка кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL) – 6 рівень.
<b>Передумови</b>	Наявність свідоцтва про базову загальну середню освіту, диплома молодшого спеціаліста, диплома молодшого бакалавра. Умови вступу визначаються Правилами прийому до Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» в 2020 році ( <a href="https://vstup.puet.edu.ua/dokumenty/">https://vstup.puet.edu.ua/dokumenty/</a> )
<b>Мова викладання</b>	Українська, англійська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	На період дії сертифікату
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</b>	<a href="https://vstup.puet.edu.ua/osvitno-profesijni-programy/">https://vstup.puet.edu.ua/osvitno-profesijni-programy/</a>

## 2 – Мета освітньо-професійної програми

Мета ОП відповідає Місії та Стратегії розвитку університету на 2017-2022 роки ([http://puet.edu.ua/sites/default/files/strategiya\\_rozvytku\\_puet\\_na\\_2017-2022\\_r.r.\\_111.pdf](http://puet.edu.ua/sites/default/files/strategiya_rozvytku_puet_na_2017-2022_r.r._111.pdf)).

ОП спрямована підготовку висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу із набуттям компетентностей, спрямованих на здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності; використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності; аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків; планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі тощо.

## 3 – Характеристика освітньо-професійної програми

<b>Предметна область</b>	<p><b>Об'єкти вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> 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><b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p><b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми:</b>  240 кредитів ЄКТС, у тому числі:  - обов'язкові навчальні дисципліни – 129 кредитів ЄКТС, 53,8 %;  - вибіркові навчальні дисципліни – 60 кредитів ЄКТС, 25 %;</p>
--------------------------	--

		- практична підготовка – 44 кредити ЄКТС, 18,2 %; - підсумкова атестація – 7 кредитів ЄКТС, 3 %.
<b>Орієнтація освітньо-професійної програми</b>		Освітньо-професійна. Програма професійна прикладна. Акцент ОП робиться на здобутті знань та умінь у сфері маркетингу, необхідних для працевлаштування на підприємствах різних форм власності та галузей діяльності і на профільних посадах в органах державної влади, місцевого самоврядування, відкриття і ведення власної справи або можливості продовження освіти (магістерські професійні та наукові програми).
<b>Основний освітньо-професійної програми спеціалізації</b>	<b>фокус та</b>	Вища освіта в галузі знань «Управління та адміністрування» зі спеціальності «Маркетинг». <b>Ключові слова:</b> маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетинговий аналіз, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, управління збутовою діяльністю, маркетингове забезпечення діяльності підприємства, цифровий маркетинг, маркетингові комунікації.
<b>Особливості програми</b>		ОП містить сучасні освітні складові професійного характеру, такі як: Digital-маркетинг, копірайтинг, бренд-менеджмент, маркетинг інновацій, рекламний бізнес, маркетингове стратегічне планування. Поєднання інноваційної освітньої складової із значною практичною підготовкою (49 кредитів) надає можливостей реалізації на практиці отриманих знань безпосередньо під час навчання. Адаптивність фахових дисциплін до закордонного освітнього простору та наявна особиста траєкторія вільного вибору освітніх складових (25 кредитів вибіркових дисциплін) сформує висококонкурентного фахівця у галузі маркетингу і на зарубіжних ринках праці також.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>		
<b>Придатність до працевлаштування</b>		Фахівці підготовлені до роботи і здатні виконувати професійні діяльності за секціями відповідно до КВЕД 009:2020: <b>59.11. Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм</b> (виробництво кіно-, відеофільмів і телевізійних програм (телесеріалів, документальних фільмів тощо) або телевізійної реклами) <b>63.91. Діяльність інформаційних агентств</b> (діяльність інформаційних агентств з надання новин, фотографій і сенсаційних матеріалів для засобів масової інформації)

**70.21. Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю** (надання консультаційних послуг, управлінську й оперативну підтримку, що включає діяльність із лобіювання для підтримки компаній та інших організацій із взаємодії та зв'язків із громадськістю).

**73.11. Рекламні агентства** (забезпечення повного набору рекламних послуг (за допомогою власних можливостей або на договірній основі), у т.ч. консультування, послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів, їх купівлю, а саме: 1) створення та проведення рекламних кампаній (створення та розміщення реклами в газетах, у періодичних виданнях, на радіо й телебаченні, у мережі Інтернет та інших засобах масової інформації; створення та розміщення засобів реклами на відкритому повітрі (білбордів, панелей, рекламних рамок, віконного оформлення, виставкових залів, розміщення реклами на транспортних засобах тощо); аерореклама; розповсюдження або доставку рекламних матеріалів або зразків; створення стендів та інших демонстраційних поверхонь і сайтів); 2) проведення маркетингових кампаній та інших рекламних послуг задля залучення й утримання клієнтів (просування товарів; реклама в місці продажу; реклама товарів шляхом розсилання поштою рекламних матеріалів на адреси передбачуваних покупців, визначених на основі списків, складених чи придбаних рекламодавцем; маркетингові консультації)

**73.20. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки** (вивчення потенціалу ринку, інформованості, прийнятності продуктів, популярності визначеного товару та послуг і купівельних звичок споживачів задля сприяння збуту та розроблення нових видів товарів і послуг, у т.ч. статистичний аналіз результатів; вивчення суспільної думки щодо політичних, економічних і соціальних подій, статистичний аналіз результатів).

**74.10. Спеціалізована діяльність із дизайну** (моделювання текстильних виробів, одягу, взуття, ювелірних виробів, меблів та іншого оздоблення для інтер'єрів, моделювання інших модних товарів, а також інших предметів особистого користування і побутових товарів; промисловий дизайн – створення та розроблення дизайну та технічних характеристик, які оптимізують використання, вартість і зовнішній вигляд продуктів, у т.ч. визначення матеріалів, механізмів, форми, кольору та поверхні, які притаманні продукту, з урахуванням людських характеристик і потреб, безпеки, ринкового обігу в процесі розподілу, використання та обслуговування; діяльність графічних дизайнерів; діяльність дизайнерів інтер'єру)

**82.30. Організування конгресів і торговельних виставок** (організування, просування і/або проведення різних подій, таких як бізнес-покази, збори, конференції та зустрічі, з організацією та наданням персоналу для роботи в місцях проведення подібних заходів або без надання персоналу).

	<p><b>Фахівці підготовлені до роботи в галузі Управління та адміністрування за ДК 003:2010:</b>  3114 – Фахівець інфокомунікацій  3340 – Викладач-стажист  3411 – Фахівець з корпоративного управління  3415 – Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний /  Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний /  Торговець комерційний  3419 – Організатор з постачання  3419.18 – Організатор із збуту  3429 – Агент рекламний, представник з реклами, торговець  (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний  3436.1 – Помічник керівника підприємства (установи,  організації)  3436.2 – Помічник керівника іншого основного підрозділу  3436.3 – Помічник керівника малого підприємства без апарату  управління  3439 – Організатор громадських заходів  3439.80 – Фахівець з інтерв'ювання  3471 – Дизайнер-виконавець мультимедійних об'єктів  3472 – Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації)</p> <p><b>International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO - 08):</b>  2431 – Advertising and Marketing Professionals 2432 Public  Relations Professionals  3321 – Insurance Representatives  3322 – Commercial Sales Representatives  3323 – Buyers  3332 – Conference and Event Planners  3343 – Administrative and Executive Secretaries  3412 – Social Work Associate Professionals  4223 – Telephone Switchboard Operators  4227 – Survey and Market Research Interviewers  4229 – Client Information Workers Not Elsewhere Classified</p>
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти, підвищення кваліфікації.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Студентоцентроване навчання, проблемноорієнтоване навчання, індивідуальна освітня траєкторія, використання дистанційних технологій в освітньому процесі – система Moodle ( <a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a> ), навчання на основі самостійних досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, самостійної роботи, індивідуальних занять тощо.
<b>Оцінювання</b>	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування,



	контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та екзамени (усні та письмові), презентації, захист звітів з практик, комплексний екзамен за фахом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю знань</b>	Поточний контроль: тестування, виконання завдань самостійної роботи, виконання поточних модульних робіт Підсумковий контроль: залік (ПМК), екзамен, підсумкова атестація (комплексний екзамен).
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК01. 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>ЗК02. 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>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК09. 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</p>

	<p>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><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b></p>	<p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК09. 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 кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p><b>7 – Програмні результати навчання</b></p>	

- 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 нефаківцям 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.

### 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

<p><b>Кадрове забезпечення</b></p>	<p>Викладання навчальних дисциплін на ОП забезпечують професорсько-викладацький склад кафедри маркетингу (професорів, докторів наук – 1 особа, доцентів, кандидатів наук – 4 особи), а також науково-педагогічні працівники інших кафедр університету.</p> <p>Науково-педагогічні працівники, які реалізують виконання ОП володіють високою педагогічною майстерністю, мають відповідну кваліфікацію, професійні компетентності та досвід у сфері освітньої та наукової діяльності. Залучення практиків та професіоналів у сфері маркетингу до освітнього процесу.</p> <p>Гарант та науково-педагогічний склад, що забезпечує реалізацію ОП, відповідають вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p>
<p><b>Матеріально-технічне забезпечення</b></p>	<p><i>Матеріально-технічне забезпечення</i> навчальних спеціалізованих лабораторій і кабінетів є відповідне сучасним вимогам (мультимедійне та спеціальне обладнання) та дозволяє у повному обсязі забезпечити виконання навчальних програм з навчальних дисциплін за ОП. Обладнання лекційних аудиторій, лабораторій та спеціалізованих кабінетів, що забезпечують навчальний процес за ОП у відповідності до навчального плану в університеті (№/площа м<sup>2</sup>): 1) Лабораторії та кабінети кафедри маркетингу №139/53,1; 2) лінгафонний кабінет кафедри ділової іноземної мови № 436/40,4; 3) лабораторії кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах №131/91,8, №132/92,1; 4) лекційні аудиторії на 56-110 посадочних місць з мультимедійним комплексом (ПК з підключенням до локальної і глобальної мереж, стаціонарний мультимедійний проектор) №507, №230, №405, №209, №3М, №3аМ, №224, №419, №523, №336, №435, №114; 5) електронні читальні зали № 1 (135)/186,0, №2(143)/554,0; 6) медіатека №(136)/140,7; 7) спорткомплекс «Олімп» / 3209,4.</p> <p>Базами практики є підприємства, які відповідають профілю підготовки бакалаврів з спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг», та з якими</p>

	укладені договори на практичну підготовку студентів. Усі здобувачі мають гарантоване місце проходження стажування за кордоном (Туреччина, Болгарія, Німеччина, США, Китай).
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Викладання усіх навчальних дисциплін, складання комплексного екзамену за фахом, проходження навчальних та виробничих практик забезпечено підручниками, навчально-методичними посібниками, методичними рекомендаціями, програмами практик та дистанційними курсами авторства викладачів ПУЕТ або інших провідних фахівців України у сфері маркетингу.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двостороннього договору між Полтавським національним педагогічним університетом імені В. Г. Короленка та Полтавською державною аграрною академією.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	У рамках програми ЄС Еразмус+ KA1 на основі двосторонніх договорів між Університетом та навчальними закладами країн-партнерів: Kodolanyi Janos University (Угорщина); Katowice School of Economics (Республіка Польща) Utenos kolegija, University of Applied Sciences (Литовська Республіка); Universidad de Granada (Королівство Іспанія); Vidzeme University of Applied Sciences (Латвійська Республіка); West University of Timisoara (Румунія); Mardin Artuklu University (Турецька Республіка); програма академічних обмінів Турецької Республіки «Mevlana».
<b>Навчання іноземців та осіб без громадянства</b>	Підготовка бакалаврів за освітньою програмою англійською мовою викладання здійснюється науково-педагогічними працівниками із відповідним (не нижче B2) рівнем володіння мовою та із залученням до навчального процесу перекладачів із числа викладачів кафедр ділової іноземної мови та української та іноземних мов та перекладу.

## 2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові навчальні дисципліни</b>		<b>130</b>	
<b>Цикл соціально-гуманітарної підготовки</b>		<b>10</b>	
OK01	Ділова українська мова	3	екзамен
OK02	Іноземна мова	5	залік, екзамен
OK03	Фізичне виховання	2	залік
<b>Цикл природничо-наукової та загально-економічної підготовки</b>		<b>10</b>	
OK04	Економіка бізнесу	5	залік
OK05	Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу	5	екзамен
<b>Цикл професійної та практичної підготовки</b>		<b>110</b>	
OK06	Digital-маркетинг	5	залік
OK07	Бренд-менеджмент	3	екзамен
OK08	Інфраструктура товарного ринку	4	екзамен
OK09	Копірайтинг	5	екзамен
OK10	Маркетинг інновацій	4	екзамен
OK11	Маркетинг партнерських відносин	5	залік
OK12	Маркетинг підприємства	6	екзамен
OK13	Маркетинг послуг	5	екзамен
OK14	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
OK15	Маркетингове стратегічне планування	5	екзамен
OK16	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
OK17	Маркетинговий аналіз	5	екзамен
OK18	Маркетингові дослідження	5	екзамен
OK19	Маркетингові комунікації	5	залік
OK20	Міжнародний маркетинг	5	залік
OK21	Основи маркетингу	7	екзамен
OK22	Паблік-рілейшнз у бізнесі	5	залік
OK23	Поведінка споживачів	5	залік
OK24	Рекламний бізнес	5	екзамен
OK25	Тренінг: Вступ до фаху	4	залік
OK26	Тренінг: Практика застосування маркетингових технологій	3	залік
OK27	Управління продажами	5	екзамен
OK28	Управління рекламною діяльністю	5	екзамен

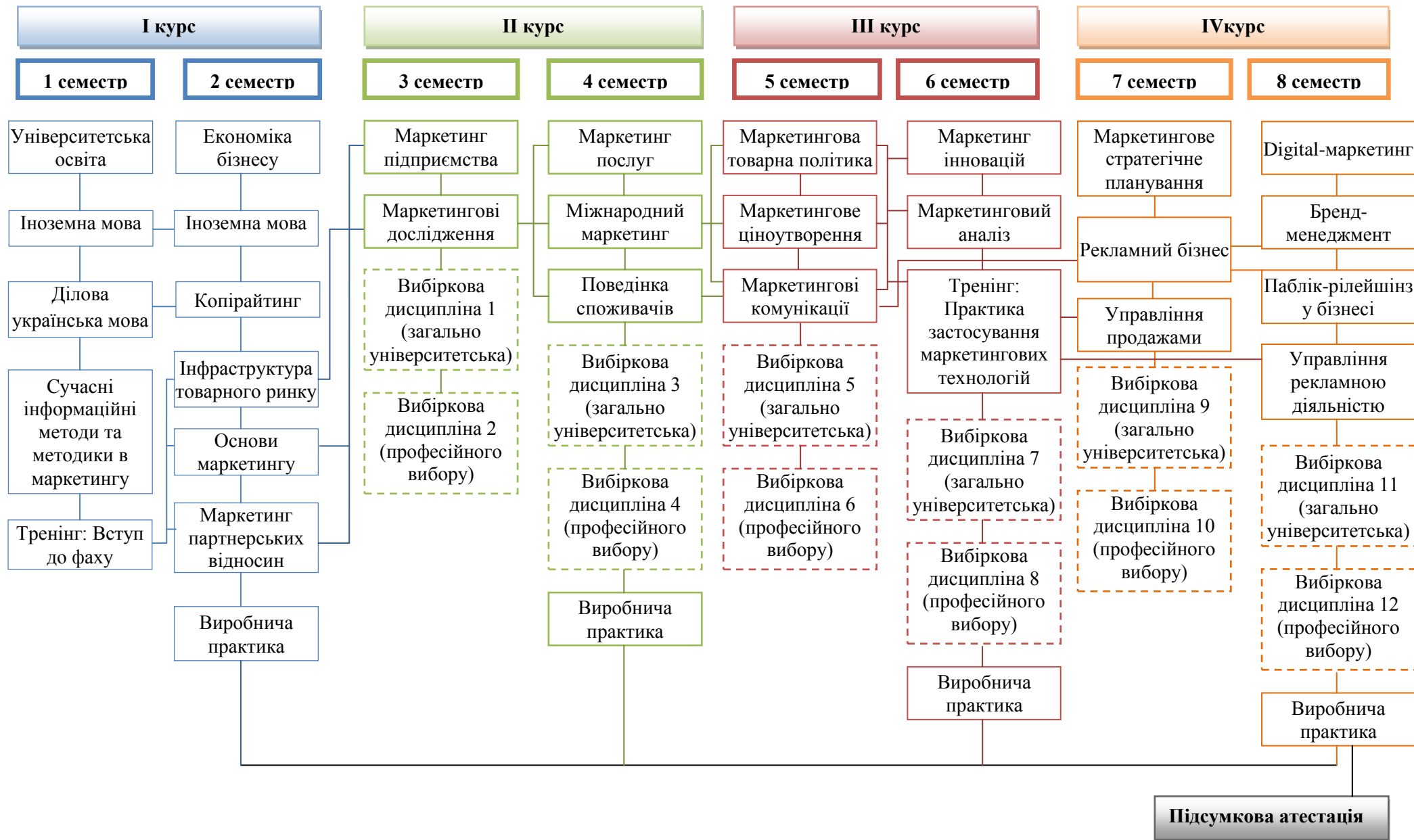
Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Вибіркові навчальні дисципліни</b>		<b>60</b>	
ВК1	Навчальні дисципліни загальноуніверситетського вибору*	30	залік
ВК2	Навчальні дисципліни професійного вибору**	30	залік
<b>Практична підготовка</b>		<b>49</b>	
ОК29	Виробнича практика	48	залік
ОК30	Університетська освіта	1	залік
<b>Підсумкова атестація</b>		<b>1</b>	
	Підсумкова атестація	1	екзамен
<b>Загальна кількість годин навчальних</b>		<b>240</b>	

\*Перелік навчальних дисциплін загальноуніверситетського вибору формується щороку та розміщується на платформі дистанційного навчання в модулі «Вибір навчальних дисциплін» <https://vstup.puet.edu.ua/vybirkovi-dystsyplyny-na-2021-2022-n-r-dlya-molodshyh-bakalavriv-bakalavriv/>

\*\*Перелік навчальних дисциплін професійного вибору:

1. Соціально-етичний маркетинг
2. Контент-маркетинг
3. Маркетинг підприємств малого бізнесу
4. Інформаційні війни в маркетингу
5. Маркетинг у сфері гостинності
6. Бенчмаркінг
7. Маркетингова політика розподілу
8. Нейромаркетинг
9. Маркетинг промислового підприємства
10. Інтернет-реклама
11. Event-маркетинг

## 2.2. Структурно-логічна схема освітнього процесу





### 3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми здобувачів освіти атестації вищої</b>	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі складання комплексного кваліфікаційного екзамену.
<b>Вимоги атестаційного екзамену до</b>	Комплексний екзамен за фахом спрямований на перевірку досягнення результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та освітньою програмою. Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра під час атестації у формі кваліфікаційного екзамену здійснюють члени ЕК на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи і шкали оцінювання. Комплексний екзамен за фахом здійснюється в письмовій формі, з використанням системи Moodle, OpenTest (тестування).
<b>Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації</b>	Документ встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр з маркетингу

#### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компетентності ОПП	Компоненти ОПП																															
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30		
<b>Загальні компетентності</b>																																
ЗК01			+								+	+	+					+			+		+		+							
ЗК02			+								+	+	+					+			+		+		+							
ЗК03				+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+		+					+				+	
ЗК04					+		+			+	+				+		+	+			+	+					+					
ЗК05												+	+		+		+	+							+		+					
ЗК06				+	+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+			+	+	+			+	+	
ЗК07				+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+				+				+	
ЗК08				+	+		+	+	+		+				+		+	+	+	+				+					+	+		
ЗК09				+	+	+	+	+			+				+		+	+	+	+				+					+	+	+	
ЗК10	+	+					+		+											+				+						+		
ЗК11															+		+	+										+				
ЗК12											+	+	+						+													
ЗК13			+								+	+		+		+			+		+		+							+		
ЗК14			+								+	+	+		+			+			+		+	+	+	+						
<b>Спеціальні компетентності</b>																																
СК01	+	+			+		+		+	+												+				+	+				+	
СК02																						+					+	+				+
СК03				+	+		+	+			+				+		+	+	+				+				+		+	+		
СК04				+	+			+		+	+		+	+	+	+	+	+	+		+						+			+		
СК05				+	+		+		+	+	+	+	+		+		+	+	+			+	+				+					
СК06				+	+			+		+	+	+		+		+	+	+		+						+		+			+	
СК07				+	+			+		+	+	+		+		+	+	+		+						+		+			+	
СК08										+	+	+		+	+	+	+	+						+		+				+		
СК09					+		+			+		+		+		+			+			+								+		
СК10					+	+	+			+		+		+		+	+	+	+	+			+						+	+		
СК11				+	+	+		+							+		+	+											+		+	
СК12	+	+		+	+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+		+	+					+	+	+		+	+	
СК13			+		+		+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+			+		+	+		
СК14				+	+		+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

**5. Матриця забезпечення програмних  
результатів навчання (ПРН) відповідними  
компонентами освітньо-професійної програми**

Програмні результати навчання	Компоненти ОПП																														
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	
ПР01																					+					+	+				+
ПР02				+				+								+		+	+												+
ПР03												+		+		+		+													+
ПР04				+	+						+					+		+	+												+
ПР05												+	+								+							+			
ПР06				+	+				+		+					+		+													
ПР07					+	+												+	+										+		
ПР08					+		+			+												+									
ПР09											+					+		+					+					+			+
ПР10							+													+				+					+		
ПР11											+	+	+						+												
ПР12																+		+										+			
ПР13													+	+		+									+						
ПР14																		+	+								+				
ПР15			+								+											+		+							
ПР16											+											+									
ПР17	+	+							+																						
ПР18			+								+	+	+						+					+		+					

Гарант освітньої програми

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Марина Іваннікова**  
(ім'я, прізвище)