

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА**

**«Маркетинг»**

рівня вищої освіти **Перший (бакалаврський) рівень**

ступінь вищої освіти **Бакалавр**

галузі знань **07 «Управління та адміністрування»**

спеціальність **075 «Маркетинг»**

кваліфікація: **бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**  
**Львівського національного університету природокористування**  
**(протокол № 9 від «15» червня 2022 р.)**

Голова вченої ради  
\_\_\_\_\_ / **В.В. Снітинський** /

**Освітня програма вводиться в дію з «1» вересня 2022 р.**

**(наказ ректора ЛНУП № 122 від «29» червня 2022 р.)**

Ректор \_\_\_\_\_ / **В.В. Снітинський** /

Дубляни 2022 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ  
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

**«ПОГОДЖЕНО»**

Керівник НМВЗЯВО  
Львівського національного  
університету природокористування

\_\_\_\_\_ О.Я. Микула

«9» \_\_\_\_\_ 06. \_\_\_\_\_ 2022 р.

**«ПОГОДЖЕНО»**

Перший проректор  
Львівського національного  
університету природокористування

\_\_\_\_\_ В.М. Боярчук

«10» \_\_\_\_\_ 06. \_\_\_\_\_ 2022 р.

**«СХВАЛЕНО»**

Методичною комісією  
факультету управління,  
економіки та права  
Протокол № 4  
від «31» травня 2022 р.

Голова методичної комісії

\_\_\_\_\_ В.М. Ковалів

**«РЕКОМЕНДОВАНО»**

Вченою радою  
факультету управління,  
економіки та права  
Львівського національного  
університету природокористування  
Протокол № 8  
від «02» червня 2022 р.

Голова вченої ради факультету  
управління, економіки та права

\_\_\_\_\_ В.М. Ковалів

## ПЕРЕДМОВА

Освітня програма (ОП) «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України Про вищу освіту» від 01.07.2014 р., Постанов Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 30.12.2015 р. № 1187, Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р., методичних рекомендацій «Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації» (2014 р.), стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти) наказ № 1343 від 05.12.2018.

### Розроблено робочою групою у складі:

1. *Брух Оксана Олексіївна* – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП.
2. *Линдюк Андрій Олександрович* - к.е.н., доцент, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП.
3. *Федів Ірина Михайлівна* – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП.
4. *Булик Оксана Богданівна* – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП.
5. *Лукашук Яна Василівна* – здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності «Маркетинг».

**До розроблення освітньої програми залучено зовнішніх стейкхолдерів:**

*Рурак Ігор Васильович* – менеджер зі збуту ТОВ «Краснебрук».

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Оксана Брух

Розглянуто на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол №20 від 27 травня 2022 року

Зав. кафедри міжнародних економічних

відносин та маркетингу \_\_\_\_\_ Андрій Линдюк

### Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. *Гринкевич Світлана Степанівна* – д.е.н., професор кафедри маркетингу і логістики, Інституту економіки і менеджменту, Національного університету «Львівська політехніка».
2. *Логоша Роман Васильович* – д.е.н., доцент, завідувач кафедри аграрного менеджменту та маркетингу Вінницького національного аграрного університету.
3. *Нестерович Андрій Васильович* – к.е.н., директор ТОВ «Краснебрук».
4. *Чапран Віктор Володимирович* – директор ТОВ «АДС Захід».
5. *Маліновський Анатолій Сергійович* – керівник маркетингової агенції «Знаєш Agency».

## 1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Львівський національний університет природокористування Факультет – управління, економіки і права
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	ОС Бакалавр Спеціальність 075 «Маркетинг» Кваліфікація Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців на базі повної загальної середньої освіти. Диплом бакалавра, одиничний, 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців на базі ступеня «фаховий молодший бакалавр». Диплом бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 роки 10 місяців на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»).
Наявність акредитації	Первинна
Цикл/рівень	Бакалавр: НРК України - 7 рівень; FQ-EHEA – перший цикл; EQFLLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються Правилами прийому до Львівського національного університету природокористування, затвердженими Вченою радою ЛНУП
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	Денна форма - 3 роки 10 місяців Заочна форма – 3 роки 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	<a href="http://lnau.edu.ua/">http://lnau.edu.ua/</a>
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють необхідними фаховими знаннями та навиками, сучасним філософським мисленням, комплексом загальних та професійних компетентностей для вмілого вирішення прикладних завдань у сфері маркетингу в умовах глобалізації економіки.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в сфері маркетингу. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, політика розподілу, маркетингова цінова політика, брендинг, маркетинг територій, маркетингові комунікації, бізнес-маркетинг, управління маркетингом, маркетинговий аналіз, маркетинговий аудит.

Особливості програми	<p>Програма ґрунтується на основних поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку сучасного ринку.</p> <p>Програма передбачає відповідну підготовку маркетологів, здатних до швидкої адаптації трансформаційних ринкових змін та новітнього бізнес-середовища.</p> <p>Враховує особливості вирішення практичних питань маркетинговій діяльності загалом, в тому числі АПК.</p> <p>Основними складовими освітньої програми є проходження як навчальних, так і виробничої практик у компаніях різної форми власності, підприємствах агросфери, рекламних і PR-агенціях та інших інституціях, які проводять маркетингову діяльність.</p>
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускник з професійною кваліфікацією «Бакалавр маркетингу» придатний до працевлаштування на відповідні посади на підприємствах, в системі державного управління та місцевого самоврядування: консультант з маркетингу, менеджер (управитель) з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, агент рекламний, менеджер (управитель) з реклами, представник з реклами, рекламіст, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, економіст із збуту, економіст із ціноутворення, менеджер (управитель) із збуту, організатор із збуту.</p> <p>Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p>
Подальше навчання	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
Викладання та навчання	<p>Основою викладання та навчання є студентоцентризований підхід з використанням традиційних та нетрадиційних методів: тематичних, проблемних, відкритих та гостьових лекцій, консультаційних лекцій, презентацій, дискусій, круглих столів, тренінгів, застосування кейс-методів, ділових ігор, вирішення розрахунково-аналітичних й творчих задач, самостійна робота студентів з використанням підручників та посібників, консультацій з викладачами тощо.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за системою ECTS. Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль.</p> <p>Форми контролю: Екзамен, залік. Поточний контроль – усне та письмове опитування, оцінка роботи в малих групах, тестування, захист індивідуальних завдань. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Державна атестація – здача комплексного кваліфікаційного екзамену.</p> <p>Поряд із традиційною системою оцінювання існує рейтингове оцінювання, що сприяє систематичній та</p>

	<p>активній самостійній роботі здобувачів вищої освіти впродовж усього періоду навчання, забезпечує здорову конкуренцію у студентському середовищі, сприяє виявленню і розвитку творчих та наукових здібностей здобувачів вищої освіти.</p> <p>Підсумкова атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	<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 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**

	<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</p>
--	---

	<p>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>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою кафедрою є кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу.</p> <p>Якісний склад науково-педагогічних працівників випускової кафедри та структура розподілу навчального навантаження підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідають діючим нормативам освітньої діяльності з підготовки студентів освітнього ступеня «Бакалавр», що відповідає державним вимогам до акредитації зазначеної спеціальності.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічна база для спеціальності 075 «Маркетинг» створена і відповідає вимогам до акредитації спеціальності. Аудиторний фонд дозволяє проводити лекційні та практичні заняття з усіх навчальних дисциплін. Забезпеченість мультимедійним обладнанням та комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі. Наявна уся необхідна соціально-побутова інфраструктура. Кількість місць у гуртожитках є достатньою. Задоволення соціально-побутових потреб учасників навчального процесу забезпечують: гуртожитки, готель; заклади громадського харчування (кафе, їдальня, буфети тощо); кіоски; спортивні</p>



	майданчики та спортзали; парки. Львівський національний університет природокористування має статус студентського містечка.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	На офіційному сайті університету <a href="http://lnau.edu.ua/lnau/">http://lnau.edu.ua/lnau/</a> розміщена вся необхідна інформація про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому та контакти. Всі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Освітній процес в повній мірі забезпечений навчально-методичною та науковою літературою. На випусковій кафедрі функціонує навчально-методичний кабінет, укомплектований навчальними і науковими виданнями. Фонди наукової, навчальної літератури, читальні зали розташовані як у навчальних корпусах, так і в гуртожитках університету.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом природокористування та вищими навчальними закладами України.
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом природокористування та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах.
<b>10 – Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі атестаційного екзамену
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.
<b>11 – Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (регламентується Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування)</b>	

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

### Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти загальної підготовки ОП</b>			
ОКЗ 1	Історія України	4	Іспит
ОКЗ 2	Правознавство та правове забезпечення в галузі	4	Іспит
ОКЗ 3	Економічна теорія	7	Іспит, залік
ОКЗ 4	Інформаційні системи в галузі та ЕММ	7	Іспити
ОКЗ 5	Філософія	4	Іспит
ОКЗ 6	Статистика	5	Іспит
ОКЗ 7	Математика (вища математика і теорія ймовірності)	7	Іспит, залік
ОКЗ 8	БЖД та охорона праці	3	Іспит
ОКЗ 9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Іспит
ОКЗ 10	Іноземна мова	13	Іспит, заліки
ОКЗ 11	Фізичне виховання	4	Заліки
	<b>Усього</b>	<b>61</b>	
<b>Вибіркові компоненти загальної підготовки ОП</b>			
ВКЗ 1	Дисципліна 1	4	Залік
ВКЗ 2	Дисципліна 2	4	Залік
ВКЗ 3	Дисципліна 3	4	Заліки
ВКЗ 4	Вибіркові дисципліни загальної підготовки	3	Залік
ВКЗ 5	Вибіркові дисципліни загальної підготовки	3	Залік
	<b>Усього</b>	<b>18</b>	
<b>Обов'язкові компоненти професійної підготовки ОП</b>			
ОКП 1	Вступ до фаху	3	Залік
ОКП 2	Маркетинг і міжнародний маркетинг	12	Залік, іспити, курсова робота
ОКП 3	Міжнародні економічні відносини та міжнародна торгівля	9	Іспити
ОКП 4	Менеджмент	5	Іспит
ОКП 5	Маркетингові комунікації	3	Залік
ОКП 6	Поведінка споживача	3	Залік
ОКП 7	Управління розподілом та продажами	10	Іспити, курсова робота
ОКП 8	Маркетингова цінова та товарна політика	8	Іспити
ОКП 9	Маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз	9	Залік, іспит, курсова робота
ОКП 10	Інфраструктура товарного ринку	5	Іспит
ОКП 11	Бізнес-маркетинг	8	Залік, іспит
ОКП 12	Брендинг і маркетинг територій	9	Іспити, курсова

			робота
<b>ОКП 13</b>	Управління маркетингом та маркетинговий аудит	9	Залік, іспит, курсова робота
<b>ОКП 14</b>	Навчальна практика з фаху	6	
<b>ОКП 15</b>	Навчальна практика з фаху	6	
<b>ОКП 16</b>	Виробнича практика	6	
<b>ОКП 17</b>	Атестаційний екзамен	6	
	<b>Усього</b>	<b>117</b>	
<b>Вибіркові компоненти професійної підготовки ОП</b>			
<b>ВКП 1</b>	Дисципліна 4	4	Залік
<b>ВКП 2</b>	Дисципліна 5	4	Іспит
<b>ВКП 3</b>	Дисципліна 6	4	Залік
<b>ВКП 4</b>	Дисципліна 7	4	Залік
<b>ВКП 5</b>	Дисципліна 8	4	Іспит
<b>ВКП 6</b>	Дисципліна 9	4	Залік
<b>ВКП 7</b>	Дисципліна 10	4	Іспит
<b>ВКП 8</b>	Дисципліна 11	4	Іспит
<b>ВКП 9</b>	Дисципліна 12	4	Іспит
<b>ВКП 10</b>	Дисципліна 13	4	Залік
<b>ВКП 11</b>	Дисципліна 14	4	Іспит
	<b>Усього</b>	<b>44</b>	
<b>Загальний обсяг компонент загальної підготовки:</b>			<b>79</b>
<b>Загальний обсяг компонент професійної підготовки:</b>			<b>161</b>
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>			<b>178</b>
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>			<b>62</b>
<b>у тому числі за вибором студентів:</b>			<b>62</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>			<b>240</b>

\*Примітка: перелік вибірових освітніх компонент подано на сайті університету.

### 3. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньої програми «Маркетинг»

1 курс	2 курс	3 курс	4 курс
Історія України	Менеджмент	Маркетингові комунікації	Інфраструктура товарного ринку
БЖД та охорона праці	Маркетинг і міжнародний маркетинг, <i>курсова робота з дисципліни</i>		Бізнес-маркетинг
Українська мова (за професійним спрямуванням)	Статистика	Маркетингова цінова та товарна політика	Управління маркетингом та маркетинговий аудит та <i>курсдова робота з дисципліни</i>
Математика (вища математика і теорія ймовірності)	Філософія	Управління розподілом та продажами, <i>курсдова робота з дисципліни</i>	Брендинг і маркетинг територій та <i>курсдова робота з дисципліни</i>
Інформаційні системи в галузі та ЕММ		Поведінка споживача	Дисципліна 3
Міжнародні економічні відносини і міжнародна торгівля		Маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз, <i>курсдова робота з дисципліни</i>	Дисципліна 11
Іноземна мова			Дисципліна 12
Фізичне виховання		Дисципліна 9	Дисципліна 13
Економічна теорія	Дисципліна 4		Дисципліна 14
Правознавство та правове забезпечення	Дисципліна 5	Дисципліна 10	
	Дисципліна 6	Вибіркова дисципліна загальної підготовки	
Вступ до фаху	Дисципліна 7		
Дисципліна 1	Дисципліна 8		
Дисципліна 2			
Навчальна практика з фаху (1 курс)	Навчальна практика з фаху (2 курс)	Виробнича практика	Атестаційний екзамен

*	Обов'язкові компоненти	Вибіркові компоненти чи блоки компонент	
---	------------------------	---	--

#### 4. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей deskрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання <b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень <b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння <b>Ум1</b> Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація <b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність <b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Загальні компетентності - 14</b>				
<b>ЗК1</b>				АВ2
<b>ЗК2</b>				АВ2
<b>ЗК3</b>		УМ1	К1	
<b>ЗК4</b>	ЗН1	УМ1		
<b>ЗК5</b>			К2	АВ1
<b>ЗК6</b>	ЗН2			
<b>ЗК7</b>	ЗН1	УМ1		АВ1
<b>ЗК8</b>		УМ1		
<b>ЗК9</b>		УМ1		
<b>ЗК10</b>			К1	
<b>ЗК11</b>			К2	АВ1
<b>ЗК12</b>			К2	
<b>ЗК13</b>	ЗН2	УМ1		
<b>ЗК14</b>		УМ1	К2	АВ2
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 14</b>				
<b>СК1</b>	ЗН1		К1	
<b>СК2</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК3</b>		УМ1	К1	
<b>СК4</b>	ЗН2		К1	АВ2
<b>СК5</b>	ЗН2	УМ1		
<b>СК6</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК7</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК8</b>	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
<b>СК9</b>	ЗН1		К1	
<b>СК10</b>	ЗН1	УМ1		
<b>СК11</b>	ЗН2	УМ1	К1	
<b>СК12</b>		УМ1	К2	АВ1
<b>СК13</b>		УМ1	К1	АВ1
<b>СК14</b>		УМ1	К1	АВ1

## 5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	Компетентності																													
	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності															
	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	
<b>Обов'язкові компоненти</b>																														
ОКЗ-1	+	+	+												+															
ОКЗ-2	+	+	+			+		+							+														+	
ОКЗ-3	+			+	+		+		+													+			+	+				
ОКЗ-4	+				+			+	+	+															+	+	+		+	
ОКЗ-5	+	+	+	+	+										+	+	+													
ОКЗ-6	+			+	+			+	+									+			+	+				+	+			
ОКЗ-7	+			+	+			+	+									+			+	+					+	+		
ОКЗ-8	+				+			+							+														+	
ОКЗ-9	+	+	+												+	+												+	+	
ОКЗ-10	+				+						+	+																		
ОКЗ-11	+	+	+			+									+															
ОКП-1	+				+	+	+	+		+		+			+	+	+	+		+										
ОКП-2	+			+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+			+	
ОКП-3	+			+	+	+		+	+					+								+			+			+		
ОКП-4	+			+	+	+	+	+						+								+				+		+	+	
ОКП-5	+				+	+	+	+							+	+		+	+		+					+		+	+	
ОКП-6	+	+		+		+	+	+	+						+			+	+	+			+		+		+	+	+	
ОКП-7	+			+	+	+	+	+							+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП-8	+			+	+		+	+	+						+			+	+	+		+		+					+	
ОКП-9	+			+			+	+	+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП-10	+			+			+	+	+				+		+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП-11	+			+	+	+	+	+	+				+		+			+	+	+			+		+	+	+	+	+	
ОКП-12	+		+				+	+	+				+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП-13	+			+			+	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП-14	+			+			+								+	+	+	+								+				
ОКП-15	+			+			+	+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП-16	+			+	+	+	+	+	+									+	+	+	+	+	+			+		+	+	
ОКП-17	+			+			+		+							+	+	+	+	+	+	+	+			+	+		+	

## 6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	Програмні результати																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
<b>Обов'язкові компоненти</b>																		
OK3-1															+			+
OK3-2			+										+		+			+
OK3-3	+	+									+	+	+					
OK3-4			+	+			+											
OK3-5	+											+			+			+
OK3-6		+	+	+		+				+		+						
OK3-7		+	+									+						
OK3-8												+			+			
OK3-9															+		+	+
OK3-10												+				+	+	
OK3-11															+			+
OKП-1	+		+					+		+		+				+		
OKП-2	+	+	+	+	+	+							+		+	+	+	
OKП-3		+	+	+						+	+	+	+					
OKП-4				+		+			+	+			+	+				
OKП-5	+		+			+	+	+						+		+	+	
OKП-6		+	+			+		+		+					+			+
OKП-7		+	+	+	+			+	+	+			+	+				
OKП-8	+	+	+	+				+		+				+				
OKП-9		+		+	+	+			+	+				+		+		
OKП-10		+		+	+	+				+	+		+					
OKП-11	+	+	+	+						+	+	+		+				
OKП-12	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+			+			+
OKП-13		+	+	+		+		+	+	+			+	+		+	+	
OKП-14		+	+								+							+
OKП-15	+		+	+						+		+				+	+	
OKП-16		+	+	+	+	+				+	+	+	+	+				
OKП-17	+	+	+	+	+	+			+			+	+				+	

