

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

підготовки бакалавра
першого рівня вищої освіти
(скорочений термін навчання)
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: Бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ
РАДОЮ

Голова вченої ради

С.В. Мельничук / _____ /

(протокол № __ від " __ " _____ 2017 р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2017 р.

Ректор С.В. Мельничук / _____ /

(наказ № __ від " __ " _____ 2017 р.)

Чернівці 2017 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри маркетингу, інновацій а регіонального розвитку у складі:

1. Буднікевич І.М. д.е.н., професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ;
2. Кифяк О.В. к.е.н., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ;
3. Крупенна І.А. к.е.н., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ;

Гарант освітньої програми:

Черданцева І.Г. к.е.н., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича Економічний факультет Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти; Кваліфікація: «Бакалавр з маркетингу».
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг.
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України; Україна
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Для здобуття рівня вищої освіти «бакалавр» приймаються особи, які здобули ОКР «молодший спеціаліст».
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	2017-2019 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://econom.chnu.edu.ua http://mmix.cv.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Закріпити високий рівень теоретичної підготовки студентів, надати їм спеціальні знання, поглибити спеціалізовану фахову підготовку, що відповідає вимогам сучасної практики маркетингу; допомогти студентам оволодіти сучасними знаннями, методами аналізу ринку, конкретних ринкових ситуацій з проблемами маркетингових характеру, напрацювати досвід в організації роботи маркетолога та прийнятті рішень економічного та маркетингового характеру; здобути теоретичні й практичні знання та опанувати навички висококваліфікованого фахівця в галузі маркетингу, спроможного до самостійної роботи, обіймання посад середньої та вищої ланки управління та будь-якої іншої діяльності за фахом маркетолога.	
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 галузі управління та адміністрування за спеціальністю «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, комплекс маркетингу, логістика, маркетинг у галузях та сферах діяльності.
Особливості програми	Особливості програми: поглиблена фахова підготовка з маркетингу, обов'язкова практична підготовка у спеціалізованих маркетингових компаніях, дослідницьких та консалтингових маркетингових агенціях, у відділах маркетингу підприємств установах на підприємствах всіх форм власності.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Бакалавр спеціальності 075 «Маркетинг» підготовлений до підготовлений до професійних функцій за одним або кількома видами економічної діяльності. Відповідно до первинних посад, які може обіймати випускник вищого навчального закладу, бакалавр з маркетингу підготовлений до професійної діяльності в галузі дослідження, розробки та використання збутових та маркетингових підходів щодо організації господарської діяльності на сучасних підприємствах, в галузі виробництва товарів і послуг. Бакалавр з маркетингу здатний забезпечити виконання таких професійних функцій: контроль-аналітична, дослідницька, облікова, організаційна.</p> <p>Бакалавр з маркетингу на первинних посадах самостійно виконує переважно стереотипні, частково діагностичні завдання, за встановленими алгоритмами робить економічні розрахунки, збирає, систематизує, нагромаджує первинну інформацію як для виконання закріплених за ним посадових обов'язків, так і для потреб структурного підрозділу, де він працює.</p> <p>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи згідно Національного класифікатора професій ДК 003:2010: 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність): Молодший науковий співробітник, Науковий співробітник, Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності: Економіст зі збуту, Консультант з маркетингу, Логіст, Рекламист, Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), Фахівець із зв'язків з громадськістю, Фахівець аналітик з дослідження товарного ринку; 3413. Агенти з торгівлі майном: Агент з нерухомості, Ріелтер, Торговець нерухомістю; 3415 Технічні та торговельні представники: Агент комерційний, Агент торговельний, Комівояжер, Мерчандайзер, Представник торговельний, Торговець комерційний, Торговець промисловий; 3419 Інші фахівці в галузі фінансів та торгівлі: Інспектор торговельний, Товарознавець, Організатор з постачання, Організатор із збуту; 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів: Торговельний брокер (маклер); 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери: Агент рекламний, Представник з реклами, Торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 5220 Продавці в магазинах: Дегустатор (рекламна діяльність), Демонстратор товарів (рекламна діяльність), Продавець непродовольчих товарів, Продавець продовольчих товарів, Продавець-консультант</p>
Подальше навчання	Після здобуття освітнього рівня «бакалавр» випускники мають право вступати на навчання для здобуття освітнього рівня «магістр».
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, практичне навчання.
Оцінювання	Поточний контроль, письмові / усні екзамени, заліки, захист курсових

	робіт, звітів з практики, атестація у формі комплексного екзамену та захисту випускової кваліфікаційної (бакалаврської) роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Забезпечувати формування світогляду, розвитку людського буття, суспільства і природи, духовної культури, враховувати процеси соціально-політичної історії України у професійній діяльності.</p> <p>ЗК2. Здатність до володіння культурою мислення, узагальнення, аналізу, сприйняття інформації, визначення мети та завдань власної діяльності і забезпечення їх ефективного виконання.</p> <p>ЗК3. Вміти математично оцінювати, обґрунтовувати прийняття рішень в сфері економіки, моделювати економічні процеси та прогнозувати ефективність результатів.</p> <p>ЗК4. Здатність логічно вірно, аргументовано і зрозуміло будувати усну та письмову українську мову з використанням різних комунікаційних стилів.</p> <p>ЗК5. Здатність враховувати суспільні відносини під час професійної діяльності та організувати власну діяльність як складову колективної діяльності.</p> <p>ЗК6. Здатність до письмової та усної комунікації іншою мовою та використання іншомовної документації в професійній сфері.</p> <p>ЗК7. Здатність поєднувати теоретичні та практичні аспекти історії та розвитку культури в процесі взаємодії людини та суспільства.</p> <p>ЗК8. Здатність використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології (збір, аналіз та управління інформацією в комп'ютерних мережах, застосування інтернет-ресурсів та програмних засобів).</p> <p>ЗК9. Здатність використовувати нормативні правові документи під час професійної діяльності.</p> <p>ЗК10. Здатність знаходити нестандартні організаційно-управлінські рішення в нетипових ситуаціях, готовність нести за них відповідальність.</p> <p>ЗК11. Здатність використовувати основні положення і методи соціальних, гуманітарних та економічних наук при вирішенні соціальних і професійних завдань, здатність аналізувати соціально значущі проблеми та процеси.</p> <p>ЗК12. Здатність до використання основних законів природничих дисциплін у професійній діяльності, застосування методів математичного аналізу та моделювання, теоретичного та експериментального дослідження.</p> <p>ЗК13. Здатність до володіння засобами самостійного, методично правильного використання методів фізичного виховання та зміцнення здоров'я, готовність до досягнення належного рівня фізичної підготовленості для забезпечення повноцінної соціальної та професійної діяльності.</p> <p>ЗК14. Здатність забезпечувати необхідний рівень особистої безпеки, безпеки колективу та суспільства та застосовувати основні заходи та засоби щодо збереження життя, здоров'я та захисту людини в умовах загрози і виникнення небезпечних та</p>

	<p>надзвичайних ситуацій. ЗК15. Здатність до постійного саморозвитку, підвищення своєї кваліфікації і професійної майстерності.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК1. Базові знання про суть економічних явищ, показники розвитку підприємства в ринкових умовах. ФК2. Базові знання сутності і змісту маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки. ФК3. Володіння методами збирання та статистичного оброблення інформації стосовно соціально-економічних явищ і процесів. ФК4. Базові знання у сфері менеджменту і застосування на практиці методів управління. ФК5. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички в галузі економіки підприємства, фінансів, грошового обігу та кредиту, статистики та економічного аналізу для здійснення маркетингової діяльності. ФК6. Здатність використовувати математичний апарат для практичного використання в розв'язання виробничих задач. ФК7. Здатність використовувати знання, уміння і навички в галузі бухгалтерського, статистичного та оперативного обліку для здійснення маркетингової діяльності. ФК8. Здатність використовувати професійно-профільовані знання з розвитку інфраструктури товарного ринку для впровадження прогресивних методів торгівлі. ФК9. Здатність використовувати професійно-профільовані знання щодо організації та функціонування товарних бірж, біржової та брокерської діяльності, організація розподілу біржових товарів. ФК10. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й уміння класифікації товарів, аналізу асортименту та властивостей товарів, умов і правил пакування, маркування, зберігання та перевезення. ФК11. Здатність використовувати професійно-профільовані знання маркетингових комунікацій для стимулювання продажу товарів. ФК12. Здатність використовувати знання та уміння з теорії та практики управління підприємством в конкурентному середовищі ціноутворення, податкового законодавства для засвоєння методів маркетингової цінової і товарної політики. ФК13. Здатність використовувати знання, уміння і навички в галузі інформатики та комп'ютерної техніки для використання інформаційних систем і технологій в маркетинговій діяльності. ФК14. Здатність використовувати професійно профільовані знання принципів маркетингової діяльності для організації та здійснення закупівель, збуту і розподілу продукції підприємств. ФК15. Здатність використовувати професійно профільовані знання в галузі маркетингової товарної політики для дослідження можливостей розробки нових товарів. ФК16. Здатність використовувати знання і уміння стосовно методів і правил логістики для скорочення витрат підприємства на переміщення та зберігання виробничих ресурсів ФК17. Здатність використовувати професійно профільовані знання з основ стандартизації і сертифікації для оцінки відповідності товарів стандартам і технічним умовам ФК18. Здатність використовувати професійно профільовані</p>

	<p>знання в галузі ринкових досліджень для здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ФК19. Здатність визначати баланс між вигодами і ризиками використання певної інформації в цілях забезпечення реалізації функцій продажів.</p> <p>ФК20. Здатність налагоджувати ефективну комунікацію з усіма зацікавленими учасниками процесу збору, аналізу та використання інформації щодо стану ринку.</p> <p>ФК21. Здатність здійснювати ефективний і результативний аналіз інформації з продажу.</p> <p>ФК22. Здатність професійно презентувати результати аналізу</p> <p>ФК23. Вміння здійснювати безперервний моніторинг й оцінку якості інформації щодо продажів.</p> <p>ФК24. Вміння отримувати зворотний зв'язок від колег щодо актуальності та якості використовуваної інформації про продажі.</p> <p>ФК25. Вміння працювати з колегами з метою виявлення інформації, яка повинна бути отримана в майбутньому.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p style="text-align: center;"><i>Знання і розуміння:</i></p> <p>ПРН1. Сучасні уявлення про економічну систему суспільства, закони її функціонування і розвитку для розуміння чинників зародження, утвердження і напрямів розвитку сучасних соціально-економічних систем, їх спроможності задовольняти потреби людей;</p> <p>ПРН2. Базові знання фундаментальних соціально-гуманітарних наук, математики та інформаційних технологій в обсязі, необхідному для освоєння загально професійних економічних та маркетингових дисциплін та уміння їх використовувати в професійній і соціальній діяльності;</p> <p>ПРН3. Базові знання з теорії фінансів, грошей, кредиту, менеджменту, економіки підприємства, економіки праці та міжнародної економіки та закономірностей їх функціонування на макро-, мезо- і мікрорівнях як теоретичної основи маркетингової політики і розвитку маркетингової системи</p> <p>ПРН4. Знання про базові категорії маркетингу, методологічні аспекти організації маркетингової діяльності та її пріоритети у сучасних умовах;</p> <p>ПРН5. Знання теорії маркетингової товарної, цінової, комунікаційної політики організацій, інфраструктури товарного ринку, логістики;</p> <p>ПРН6. Базові знання теорії маркетингу у різних сферах та галузях національної економіки, методології маркетингових досліджень, розроблення і планування маркетингової діяльності та інструментів її здійснення;</p> <p>ПРН7. Базові уявлення про поведінку споживачів;</p> <p style="text-align: center;"><i>Застосування знань і розуміння:</i></p> <p>ПРН8. Здатність математично оцінювати та обґрунтовувати прийняття рішень в сфері економіки;</p> <p>ПРН 9. Здатність моделювати економічні процеси в реальних умовах наявності неповних даних і неповних знань і проводити збір, систематизацію, обробку і інтерпретацію маркетингової інформації, необхідної для прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень;</p>

	<p>ПРН 10. Здійснювати перевірку маркетингових гіпотез; Здатність самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності на рівні підприємств;</p> <p>ПРН11. Уміння використовувати основні маркетингові інструменти та методики маркетингових та соціологічних досліджень;</p> <p>ПРН12. Володіння сучасними методами управління маркетинговою і комунікаційною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу продукції у різних сферах і галузях національної економіки.</p> <p style="text-align: center;"><i>Формування суджень:</i></p> <p>ПРН13. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички з маркетингу для дослідження економічних явищ і процесів;</p> <p>ПРН14. Здатність здійснювати маркетинговий аналіз заходів (або інновацій);</p> <p>ПРН15. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички для вирішення практичних завдань у сфері маркетингу.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p style="text-align: center;">Характеристика кадрового забезпечення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність кафедри, відповідальної за підготовку здобувачів вищої освіти. 2. Наявність у складі кафедри, відповідальних за підготовку здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, на яких покладено відповідальність за підготовку здобувачів вищої освіти – чотири особи, що мають науковий ступінь та/або вчене звання. 3. Наявність у керівника кафедри (гаранта освітньої програми): наукового ступеня та/або вченого звання за відповідною або спорідненою спеціальністю та стажу науково-педагогічної та/або наукової роботи не менш як 10 років. 4. Проведення лекцій з навчальних дисциплін науково-педагогічними працівниками відповідної спеціальності за основним місцем роботи: <ol style="list-style-type: none"> 1) які мають науковий ступінь та/або вчене звання – не менше 50% від загальної кількості дисциплін; 2) які мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора – не менше 10% від загальної кількості дисциплін. 5. Проведення лекцій з навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, науково-педагогічними працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом – не менше 10% від загальної кількості дисциплін. 6. Проведення лекцій, практичних, семінарських та лабораторних занять, здійснення наукового керівництва курсовими, дипломними роботами науково-педагогічними працівниками, які мають відповідний рівень наукової та професійної активності.
Матеріально-технічне забезпечення	<p style="text-align: center;">Наявність матеріально-технічного забезпечення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Приміщення для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 2,4 кв. метрів на одну особу. 2. Мультимедійне обладнання для одночасного використання в навчальних аудиторіях – 30% від загальної кількості населення. 3. Бібліотека, у тому числі читальний зал.

	<p>4. Пункт харчування, актовий зал, спортивний зал.</p> <p>5. Гуртожиток – 70% від мінімальної потреби.</p> <p>6. Комп'ютерні робочі місця, лабораторії, полігони, обладнання, устаткування, необхідне для виконання навчальних планів.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Наявність інформаційного забезпечення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді – не менш як чотири найменування. 2. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю. 3. Офіційний веб-сайт закладу освіти, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація. 4. Електронний ресурс закладу освіти, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану – 50%. <p>Наявність навчально-методичного забезпечення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Навчальний план та пояснювальна записка до нього. 2. Робоча програма з кожної навчальної дисципліни навчального плану, в тому числі опис навчальної дисципліни, результати навчання, програма, тематичний план навчальної дисципліни, теми семінарських (практичних) занять, завдання для самостійної роботи, індивідуальні завдання, методи контролю, схема нарахування балів, рекомендована література (основна, допоміжна), інформаційні ресурси в Інтернеті. 3. Комплекс навчально-методичного забезпечення з кожної навчальної дисципліни навчального плану, в тому числі навчальний контент (конспект або розширений план лекцій), плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи, питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь студентів, комплексної контрольної роботи, післяатестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни. 4. Програма практичної підготовки, робоча програма навчальної та виробничої практик. 5. Навчальні матеріали з кожної навчальної дисципліни навчального плану, в тому числі підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій згідно з переліком рекомендованої літератури з розрахунку один примірник на п'ять осіб фактичного контингенту студентів або їх наявність в електронній формі для необмеженої кількості користувачів. 6. Методичні матеріали для проведення атестації здобувачів.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Укладені угоди про академічну мобільність на основі двосторонніх договорів між Чернівецьким національним університетом імені Юрія Федьковича та ВУЗами України.
Міжнародна кредитна мобільність	Укладені угоди про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1) на основі двосторонніх договорів між Чернівецьким національним університетом імені Юрія

	Федьковича та ВУЗаами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачає.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Перелік навчальних дисциплін освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 16.	Маркетинг	5	Екзамен
ОК 23.	Соціологія	3	Залік
ОК 25.	Логістика	5	Екзамен
ОК 26.	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
ОК 27.	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
ОК 28.	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ОК 29.	Маркетинг послуг	4	Екзамен
ОК 30.	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ОК 31.	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 32.	Поведінка споживача	5	Екзамен
ОК 33.	Міждисциплінарна курсова робота 3 курс	3	Захист
ОК 34.	Міждисциплінарна курсова робота 4 курс	3	Захист
ОК36.	Виробнича практика	7	Захист
ОК 37.	Випускова кваліфікаційна робота	6	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		65	
Вибіркові компоненти ОП *			
ВБ 4.	Вибіркова факультетська дисципліна ІІІ	3	Залік
<i>Вибірковий блок спеціальності «Маркетинг»</i>			
ВБ 1.1.	Товарознавство та товарна експертиза / Товарна інформація	4	Екзамен
ВБ 1.2.	Інфраструктура товарного ринку / Міжнародна торгівля	4	Екзамен
ВБ 1.3.	Організація бізнес-презентацій / Інтернет-маркетинг	3	Залік
ВБ 1.4.	Маркетинг у галузях і сферах діяльності / Некомерційний маркетинг	4	Екзамен
ВБ 1.5.	Торговельний маркетинг / Управління ризиками у підприємницькій діяльності	3	Екзамен
ВБ 1.6.	Маркетинг індустрії гостинності / Туристичний маркетинг	4	Екзамен
ВБ 1.7.	Маркетинг та менеджмент інновацій / Розробка товару	3	Екзамен
ВБ 1.8.	Мерчандайзинг / Розробка фірмового стилю	3	Екзамен
ВБ 1.9.	Реклама та рекламна діяльність / Електронна комерція	3	Залік
ВБ 1.10	Інформаційні системи в маркетингу / Системи обробки маркетингової інформації	3	Залік
ВБ 1.11	Міжнародний маркетинг / Рекламний креатив	3	Залік
ВБ 1.12	Територіальний маркетинг / Закупівельна логістика	3	Залік
ВБ 1.13	Управління продажами / Категорійний менеджмент	3	Залік
ВБ 1.14	Паблік рілейшинз / Маркетинг в малому бізнесі	3	Залік

ВБ 1.15.	Регіональна розмовна мова / Організація виробництва	6	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		55	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		120	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Третій курс		Четвертий курс	
5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Логістика	Маркетингова товарна політика	Маркетинг промислового підприємства	Поведінка споживача
Товарознавство та товарна експертиза/ Товарна інформація	Маркетингові комунікації	Маркетингове ціноутворення	Маркетинг послуг
Інфраструктура товарного ринку/Міжнародна торгівля	Маркетингові дослідження	Торговельний маркетинг/ Управління ризиками у підприємницькій діяльності	Мерчандайзинг/ Розробка фірмового стилю
Маркетинг	Маркетинг у галузях і сферах діяльності/ Некомерційний маркетинг	Маркетинг та менеджмент інновацій/ Розробка товару	Реклама та рекламна діяльність / Електронна комерція
Інформаційні системи в маркетингу/ Системи обробки маркетингової інформації	Вибіркова факультетська дисципліна III	Соціологія	Територіальний маркетинг / Закупівельна логістика
Організація бізнес-презентацій/Інтернет-маркетинг	Паблік рілейшинз / Маркетинг в малому бізнесі	Маркетинг індустрії гостинності/ Туристичний маркетинг	Управління продажами/ Категорійний менеджмент
Міждисциплінарна курсова робота 3 курс	Регіональна розмовна мова / Організація виробництва	Міжнародний маркетинг/ Рекламний креатив	-
Регіональна розмовна мова / Маркетинговий аудит		Міждисциплінарна курсова робота 4 курс	-

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми підготовки бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі складання комплексного екзамену з фахових дисциплін та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

		ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15
Обов'язкові компоненти освітньої програми	ОК 16					*										
	ОК 23															
	ОК 24	*	*	*	*											
	ОК 25			*							*					*
	ОК 26		*				*	*								*
	ОК 27		*													*
	ОК 28			*							*					
	ОК 29				*	*					*					
	ОК 30			*					*		*		*			
	ОК 31			*		*				*						*
	ОК 32				*	*										
	ОК 33								*		*	*				
	ОК 34								*		*	*				
	ОК 36							*	*		*	*				
ОК 37	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Вибіркові компоненти освітньої програми	ВБ 4	*														
	ВБ 1.1			*							*					
	ВБ 1.2				*				*		*					
	ВБ 1.3		*				*									
	ВБ 1.4				*					*						
	ВБ 1.5		*				*									*
	ВБ 1.6			*							*		*			
	ВБ 1.7	*														
	ВБ 1.8			*										*		
	ВБ 1.9		*				*									
	ВБ 1.10			*							*					
	ВБ 1.11			*							*					
	ВБ 1.12			*							*					
	ВБ 1.13		*						*					*		
	ВБ 1.14	*				*										
ВБ 1.15			*							*				*		