

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

ДО ОБГОВОРЕННЯ ТА ВНЕСЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ

ЗМІНИ ДО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг»

підготовки здобувачів

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Бакалавр з маркетингу

(240 кредитів)

**Затверджено вченою радою
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича
Голова вченої ради
_____ / Р.І. Петришин /
(протокол №__ від «__» червня 2021 р.)**

**Зміни до ОП вводяться в дію з «__»_____ 2021 р.
Ректор _____ / Р.І. Петришин /
(наказ №__ від «__»_____ 2021 р.)**

Чернівці, 2021 р.

Освітньо-професійна програма вищої освіти

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	Другий
Ступінь	Бакалавр
Кваліфікація	Бакалавр з маркетингу

<p>«РОЗРОБЛЕНО»</p> <p>Робочою групою кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича</p> <p>Керівник робочої групи _____ / І.Г. Черданцева «__» _____ 2021 р.</p>	<p>«УХВАЛЕНО»</p> <p>на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича</p> <p>Протокол № від «__» _____ Зав. кафедри _____ І.М.Буднікевич</p>
<p>«СХВАЛЕНО»</p> <p>Вченою радою економічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича Протокол № _____ від «__» _____ 2021 р.</p> <p>Голова Вченої ради економічного факультету _____ Р.Р.Білокурський</p>	<p>«ПОГОДЖЕНО»</p> <p>Начальник навчального відділу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича _____ Я.Д.Гарабajів «__» _____ 2021 р.</p>
<p>«РЕКОМЕНДОВАНО»</p> <p>Науково-методичною комісією Вченої Ради з навчально-методичної роботи Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича</p> <p>Протокол №__ від _____ 2021 р.</p> <p>Голова комісії університету _____ О.В.Мартинюк/</p>	

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю 075 – Маркетинг, галузі знань 075 Управління та адміністрування, першого (бакалаврського рівня) вищої освіти розроблено за Стандартом вищої освіти України, що затверджено на підставі наказу Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, переглянуто за запитам стейкхолдерів, затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Розроблено проектною групою кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку у складі:

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми): Черданцева І.Г. к.е.н., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ
Члени проектної групи:
Буднікевич І.М. д.е.н., професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ
Крупенна І.А. к.е.н., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Кирилюк М.В. – Директор ПП Західної маркетингової компанії
2. Кіндрачук Б.С. – Генеральний директор ПП «Компанія Болена»
3. Шкуматова І.В. – Директор ДП «М'ясо Буковини»

Повторне обговорення у 2021 році

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення змін до освітньої програми:
Роботодавці: Кока Діана – Директор з маркетингу ДП «М'ясо Буковини» Лукенчук Дмитро – Директор ТОВ «ОЗЗІ ІНВЕСТ» Віщук Володимир Жук Галина
Здобувачі вищої освіти: Павлюк Андрій Верхоляк Анастасія Бакун Андрій Хорошко Нікіта Якович Олеся
Випускники спеціальності Маркетинг ЧНУ: Баранюк Діана Клюсик-Клипач Юлія

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ

1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	ОП «Маркетинг»
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки і 10 місяців.
Ступінь вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 7 рівень НРК
Цикл/рівень	НРК України – 7, FQ-ЕНЕА – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Згідно вимог ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності в неї повної загальної середньої освіти або ступінь молодшого бакалавра. Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на освітньо-професійну програму бакалавра.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До чергового перегляду відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Рік впровадження	2019 рік
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.mmix.cv.ua
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
2. МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	07 – Управління та адміністрування 075 – Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
<i>Обсяг освітньої програми</i>	- на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо- кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право

<i>бакалавра</i>	<p>визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста);</p> <ul style="list-style-type: none"> - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження; ринок, маркетинг, маркетингове середовище, маркетингові дослідження, поведінка споживача, конкуренція, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, логістика, маркетингове ціноутворення, маркетингова товарна політика, міжнародний маркетинг, реклама, паблік рілейшнз, маркетинг у сферах і галузях.</p>
Опис предметної області	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Особливості програми	<p>Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища, готових підвищувати кваліфікацію, оновлювати знання та розширювати компетенції. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання різноманітних методів навчання. Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок здійснення маркетингової діяльності у різних сферах та галузях економіки.</p>
Придатність випускників до працевлаштування	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні); органи державного та муніципального управління, структури, в яких</p>

	<p>випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу.</p> <p>Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010» Розд.3 Фахівці, а саме: технічні та торговельні представники: брокер, дилер, торговець (власність), фахівець із організації дозвілля, мерчандайзер, комівояжер, агент комерційний, торговець промисловий, інспектор торговельний, організатор з постачання, організатор із збуту, торговельний брокер (маклер), агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами), помічник керівника підприємства(установи, організації) помічник керівника іншого основного підрозділу, помічник керівника малого підприємства без апарату управління, фахівець з інтерв'ювання, інспектор з експорту.</p> <p>Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати себе на ринку праці, а саме: на підприємствах усіх галузей промисловості та с/г; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у в фінансовій сфері; у в сфері digital-маркетингу (усі цифрові канали для залучення та утримання клієнтів, інтернет-маркетинг, SEO, SEM, e-mail-маркетингу, контент-маркетинг, мобільні додатки, e-commerce); в рекламній галузі; в некомерційній сфері; в сфері освіти; freelancer.</p>
Академічні права випускників	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, НРК України – 7 рівень, EQF-LLL – рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
Підходи до викладання та навчання	<p>Стратегії навчання: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Контактні години побудовані у формі лекцій, семінарів та практичних занять в інтерактивному форматі. Самостійна робота студентів здійснюється під керівництвом викладача та передбачає опанування наукової, науково-методичної, професійної літератури фахової спрямованості та виконання на її основі індивідуальних та/або командних проєктів, розв'язання бізнес-кейсів, роботу у командах.</p> <p>Методи викладання та навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - активні (кейси; ситуації; проблемні; проєктні; само розвиваючі; інтерактивні; ділові ігри; дискусії; творчі завдання; аналітично-дослідницька робота, воркшопи, майстер-класи, тренінги); - пасивні (пояснювально-ілюстративні, пояснювально-демонстраційні, аудіовізуальні); - активно-пасивні (консультації з викладачами, менторство, стажування, підготовка та публікація тез, наукових статей, написання та захист проєктів, курсової роботи, кваліфікаційної роботи).
4. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Система оцінювання	<p>Відповідно до Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти, що діє у ЧНУ імені Юрія Федьковича:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поточний контроль (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, захист проєктних робіт, тощо); - Підсумковий контроль (усні та письмові екзамени, заліки з урахуванням попередньо накопичених балів; захист курсової роботи). - Атестація бакалаврів з маркетингу здійснюється у формі

	<p>публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p> <p>Критерії оцінювання знань та вмінь здобувачів вищої освіти за ОП Маркетинг розроблено для поточного та семестрового контролю з кожної дисципліни, а також для їх підсумкової атестації. Система оцінювання базується на принципах академічної доброчесності та прозорості.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною 4-х бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно або зараховано/незараховано); 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F); вербально – зараховано, незараховано.</p>
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.</p> <p>Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>
5. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА	
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>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<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 крос- функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>6. ПРОГРАМОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ</p>	
<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</p>	

взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

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.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

7. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Кадрове забезпечення

Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)

Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми включає науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформулювати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми.

Гарант, члени проектної групи і група забезпечення відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. До викладання професійних дисциплін залучаються представники локального, регіонального та національного бізнесу, органів місцевого самоврядування, професійних організацій, грантових програм, запрошені лектори, бізнес-тренери.

Члени групи забезпечення спеціальності є науковими керівниками здобувачів ступеня кандидата економічних наук, переможців та призерів міжнародних та всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт.

Члени групи забезпечення мають публікації, що індексуються у

	наукометричних базах Scopus та WoS.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення та стан приміщень дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Відповідають технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)). В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)) Інформаційне забезпечення включає доступ до: онлайн-бібліотеки університету; електронної бази наукових журналів; бази електронних бібліотечних ресурсів світу. Навчально-методичне забезпечення: робочі програми навчальних дисциплін, практик; силабуси; посібники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій; методичні рекомендації до написання кваліфікаційних робіт; методичні вказівки до написання курсової роботи, лабораторних практикумів, практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти; інші навчально-методичні матеріали. Навчально-методичні комплекси дисциплін розташовано на порталі економічного факультету, дистанційній платформі Moodle (з наданням доступу здобувачам вищої освіти).
8. АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	Реалізується в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами: Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом. Здобувачі вищої освіти ОП 075 Маркетинг в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги. Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської

	кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.
Навчання іноземців	Не передбачено

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

9.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1. /ЗПО1	Актуальні питання історії та культури України	4	екзамен
ОК 2. /ЗПО2	Вища математика	4	екзамен
ОК 3. /ЗПО3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 4. /ЗПО4	Інформатика	4	екзамен
ОК 5. /ЗПО5	Технології та новації	5	екзамен
ОК 6. /ЗПО6	Філософія	4	екзамен
ОК 7. /ЗПО7	Іноземна мова(за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен
ОК 8. /ЗПО8	Макроекономіка	4	екзамен
ОК 9. /ЗПО9	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 10. /ЛПО1	Історія маркетингу та маркетингова культура	5	екзамен
ОК 11. /ЛПО2	Статистика в маркетингу	4	екзамен
ОК 12. /ЛПО3	Підприємництво та власний бізнес	5	екзамен
ОК 13. /ЛПО4	Менеджмент	4	екзамен
ОК 14. /ЛПО5	Маркетинг	10	залік, екзамен
ОК 15. /ЛПО6	Поведінка споживача	5	екзамен
ОК 16. /ЛПО7	Фінанси підприємств	5	екзамен
ОК 17. /ЛПО8	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОК 18. /ЛПО9	Методи та моделі в маркетингу	4	екзамен
ОК 19. /ЛПО10	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 20. /ЛПО11	Облік і аудит	4	залік
ОК 21. /ЛПО12	HR-технології	4	екзамен
ОК 22. /ЛПО13	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 23. /ЛПО14	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 24. /ЛПО15	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 25 / ЛПО16	Міжнародний маркетинг	3	екзамен
ОК 26. /ЛПО17	Цифровий маркетинг	4	залік
ОК 27. /ЛПО18	Паблік рилейшинз	4	залік
ОК 28. /ЛПО19	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 29. /ЛПО20	Логістика	5	екзамен
ОК 30. /ЛПО21	Управління маркетингом на підприємстві	4	екзамен
ОК 31. /ЛПО22	Маркетинг інновацій та інновацій у	4	екзамен
ОК 32. /ЛПО23	Реклама та рекламна діяльність	3	залік з
ОК 33. /ЛПО24	Управління ризиками в маркетингу	3	залік
ОК 34. /ЛПО25	Правознавство	3	залік
ОК 35. /ЛПО26	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	4	екзамен
ОК 36. /ЛПО27	Вступ у спеціальність	5 (2+3)	залік
ОК 37	Міждисциплінарна курсова робота з маркетингових дисциплін	3	
ОК 38	Міждисциплінарна курсова робота з професійно-орієнтованих дисциплін	3	
ОК 39	Навчальна практика з маркетингу	3	
ОК 40	Виробнича практика з курсу "Маркетингові дослідження"	3	
ОК 41	Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін	4	
ОК 42	Написання та захист випускної кваліфікаційної роботи	6	
Загальний обсяг обов'язкових компонент: 42		178	
Загальний обсяг вибірових компонент: 20		62	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ : 62		240	

9.2. Каталог вибірових дисциплін

ВБ 1.1. /ЗПВ1	Економічна теорія / Політекономія / Національна економіка / Регіональна економіка	4	залік
ВБ 1.2. /ЗПВ2	Фізична культура (за видами спорту)	3	залік
ВБ 1.3. /ЗПВ3	Історія економіки та економічної думки / Історія культури, архітектури та мистецтва / Історія реклами / Культурологія	3	залік
ВБ 1.4. /ЗПВ4	Вибіркова навчальна університетська дисципліна 1	3	залік
ВБ 2.1. /ППВ2	Технології дизайну у маркетингу / Дизайн / Креатив / Ергономіка / Естетика	4	Залік
ВБ 2.2. /ППВ2	Інформаційні технології в маркетингу / Електронна комерція / ІТ-комунікації / Інтернет-маркетинг	3	залік
ВБ 2.3. /ППВ3	Товарознавство та товарна експертиза / Товарознавство , стандартизація і сертифікація / Стандартизація та сертифікація / Товарна інформація	4	Залік
ВБ 2.4. /ППВ4	Вибіркова дисципліна 2 факультетська дисципліна	3	залік
ВБ 2.5. /ППВ5	Digital-маркетинг /Екологічний маркетинг/ Івент-маркетинг / Виставкова діяльність	3	залік
ВБ 2.6. /ППВ6	Інвестування / Фінансова грамотність та оподаткування / Бізнес-планування / Банківський маркетинг	3	залік
ВБ 2.7	Вибіркова університетська навчальна дисципліна3	3	залік
ВБ 2.8	Румунська розмовна мова / Польська розмовна мова / Німецька розмовна мова / Російська розмовна мова / Французька розмовна мова	3	залік
ВБ 2.9	Соціологія / Іноземна мова (за професійним спрямуванням)/ Логіка / Міжнародна торгівля / Власний бізнес та стартапінг	3	залік
ВБ 2.10	Торговельний маркетинг / Маркетинг у малому бізнесі / Організація торгівлі / Торгова справа	4	екзамен
ВБ 2.11	Управління комунікаціями / Рекламний бізнес / Медіапланування / Комунікаційні технології	3	залік
ВБ 2.12	Маркетинг індустрії гостинності/Територіальний маркетинг/Туристичний маркетинг /Ресторанний маркетинг / Готельний маркетинг	4	Залік
ВБ 2.13	Мерчандайзинг / Категорійний менеджмент/ Вітриністика / Організація торгівлі / Закупівельна логістика	3	Залік
ВБ 2.14	Професійна іноземна мова /Ділова комунікація іноземною мовою / Письмова та усна комунікація іноземною мовою / Друга іноземна мова	3	залік
ВБ 2.15	Управління продажами / Організація продажів / Технології продажів / Маркетингове планування / Маркетинговий аудит	3	залік
ВБ 2.16	Військова підготовка	29*	
Загальний обсяг вибірових компонент: 24		62	

10. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ

Курс	Семестр	Шифр виду навчальної діяльності
1	1	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK7, OK36
	2	OK6, OK7, OK9, OK10, OK11, OK36
2	3	OK7, OK8, OK12, OK13, OK14,
	4	OK14, OK15, OK16, OK17, OK18, OK39,
3	5	OK19, OK20, OK21, OK34, OK35, OK37
	6	OK22, OK23, OK25, OK29, OK32, OK40
4	7	OK24, OK26, OK27, OK28, OK38,
	8	OK30, OK31, OK33, OK41, OK42

**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
дескрипторам НРК (7-й рівень, бакалаврський)**

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

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей (7-й рівень, бакалаврський)

Програмні результати	Компетентност i																														
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності															
		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		
P1						+									+	+												+			
P2			+			+	+	+	+								+									+				+	
P3								+						+				+						+	+						
P4									+	+								+			+	+								+	
P5			+			+												+			+	+					+		+	+	
P6			+			+	+	+										+	+	+	+									+	
P7									+																						
P8			+	+		+	+								+				+					+	+		+		+		
P9						+	+																+				+	+	+	+	
P10								+	+	+							+													+	+
P11			+			+	+					+							+	+			+			+	+	+	+	+	
P12				+			+					+					+		+												
P13					+									+									+								+
P14				+	+		+					+						+													+
P15		+	+										+	+															+		
P16				+		+								+				+	+												+
P17											+						+										+				

Матриця відповідності програмних компетентностей (7-й рівень, бакалаврський) компонентам освітньої програми

Освітні компоненти	Компетентності																													
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності														
		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	
Обов'язкові компоненти ОП																														
ОК 1. /ЗПО1		+	+											+	+															
ОК 2. /ЗПО2				+	+	+																								
ОК 3. /ЗПО3					+							+		+	+													+		
ОК 4. /ЗПО4								+		+															+		+			
ОК 5. /ЗПО5				+	+			+			+				+		+						+				+			
ОК 6. /ЗПО6				+	+							+		+	+	+														
ОК 7. /ЗПО7										+		+		+	+													+		
ОК 8. /ЗПО8		+		+	+	+	+	+							+	+														
ОК 9. /ЗПО9					+	+	+	+			+	+			+	+												+		+
ОК 10. /ЛПО1		+	+	+			+						+	+	+													+		
ОК 11. /ЛПО2				+				+	+												+							+		
ОК 12. /ЛПО3					+	+	+	+				+	+		+	+												+		+
ОК 13. /ЛПО4				+		+	+	+	+	+		+	+	+				+	+			+	+		+			+		+
ОК 14. /ЛПО5				+	+	+	+	+			+			+	+	+	+	+	+								+	+		+
ОК 15. /ЛПО6				+			+	+	+	+		+					+				+						+	+	+	+
ОК 16. /ЛПО7				+	+			+				+															+	+		+

Освітні компоненти	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
		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
ОК 17. /ЛПО8				+			+			+			+													+	+		+
ОК 18. /ЛПО9							+	+									+									+	+	+	
ОК 19. /ЛПО10				+	+	+	+	+	+		+	+	+				+	+	+	+	+		+	+	+	+			+
ОК 20. /ЛПО11						+		+			+	+		+															
ОК 21. /ЛПО12				+	+	+		+							+	+													
ОК 22. /ЛПО13				+	+	+	+	+	+		+		+		+	+	+	+		+	+		+	+		+	+		+
ОК 23. /ЛПО14				+			+	+	+	+					+		+	+	+	+							+	+	+
ОК 24. /ЛПО15				+			+	+		+			+		+	+	+	+	+	+						+	+	+	+
ОК 25. /ЛПО16				+			+	+	+	+					+		+	+	+	+		+			+		+	+	+
ОК 26. /ЛПО17				+	+		+	+		+		+			+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	
ОК 27. /ЛПО18				+	+	+	+	+	+		+				+		+		+							+	+		+
ОК 28. /ЛПО19				+		+	+	+	+				+					+	+	+	+				+				+
ОК 29. /ЛПО20				+	+		+	+	+	+			+		+				+	+		+			+	+	+		
ОК 30. /ЛПО21				+		+	+	+	+	+		+	+					+	+		+	+	+	+			+	+	+
ОК 31. /ЛПО22				+	+	+	+	+	+		+		+		+		+	+	+				+	+				+	+

Освітні компоненти	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
		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
ОК 32. ЛПО23			+	+	+	+	+		+		+	+	+	+						+	+			+	+	+		+	

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

Освітні компоненти	Програмні результати навчання (ПРН)																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
Обов'язкові компоненти ОП																		
ОК 1. /ЗПО1	+																	
ОК 2. /ЗПО2			+	+		+			+			+						
ОК 3. /ЗПО3																+	+	
ОК 4. /ЗПО4							+	+				+						
ОК 5. /ЗПО5	+							+				+					+	
ОК 6. /ЗПО6			+							+		+			+			+
ОК 7. /ЗПО7																+	+	
ОК 8. /ЗПО8		+	+									+						
ОК 9. /ЗПО9		+	+									+	+					
ОК 10. /ЛПО1															+	+	+	+
ОК 11. /ЛПО2			+	+														
ОК 12. /ЛПО3		+		+		+				+	+	+	+	+	+			
ОК 13. /ЛПО4		+		+		+				+	+	+	+	+	+			
ОК 14. /ЛПО5	+	+	+									+		+		+		
ОК 15. /ЛПО6		+			+	+				+	+							
ОК 16. /ЛПО7			+							+		+						

Освітні компоненти	Програмні результати навчання (ПРН)																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
ОК 17. /ЛПО8		+								+		+			+			+
ОК 18. /ЛПО9		+	+	+														
ОК 19. /ЛПО10		+	+	+	+	+	+			+		+		+		+		
ОК 20. /ЛПО11												+	+					
ОК 21. /ЛПО12		+		+								+	+					
ОК 22. /ЛПО13	+		+	+	+									+				
ОК 23. /ЛПО14			+		+	+	+	+		+	+							
ОК 24. /ЛПО15	+	+	+			+					+	+	+	+		+		
ОК 25. /ЛПО16						+	+			+								
ОК 26. /ЛПО17			+			+	+	+				+				+		
ОК 27. /ЛПО18							+			+	+			+			+	
ОК 28. /ЛПО19			+			+					+						+	
ОК 29. /ЛПО20	+	+	+	+		+	+				+	+						
ОК 30. /ЛПО21		+	+	+	+	+				+	+		+					
ОК 31. /ЛПО22			+					+		+		+	+			+		
ОК 32. /ЛПО23			+		+		+						+	+				

11. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

Освітньо-професійна програма оприлюднюється на сайті ЧНУ.

Відповідальність за впровадження освітньо-професійної програми та забезпечення якості вищої освіти несе гарант освітньо-професійної програми.

Зміни і доповнення до освітньо-професійної програми вносяться за рішенням Вченої ради ЧНУ.