

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 - Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена з урахуванням вимог нормативних актів України (Закону України «Про вищу освіту»; Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. N 365); Національного класифікатора України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 18 серпня 2020 року № 1574); Класифікатора видів економічної діяльності ДК 009:2010; Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 зі змінами, внесеними згідно Постанов КМУ № 509 від 12.06.2019 р. та № 519 від 25.06.2020 р.; Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 зі змінами НАЗЯВО № 362 від 05.02.20 року), Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 15.12.2018 р. та професійних стандартів (Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG)).

Освітньо-професійна програма розроблена групою НПП відповідальних за підготовку здобувачів вищої освіти кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ із спеціальності 075 Маркетинг:

Розробники освітньо-професійної програми:

1. Жовновач Р.І., д.е.н., проф., завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ.

2. Романчук С.А.- к.т.н., доцент.

3. Коваль Л. А. - к.е.н., доцент.

4. Волчкова Г.К. - к.е.н., ст. викладач.

Програма погоджена з вченою радою факультету обліку та фінансів, схвалена Науково-методичною комісією спеціальності 075 «Маркетинг». та затверджена Вченою радою Центральноукраїнського національного технічного університету.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг»

1 – Загальна інформація

Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Центральноукраїнський національний технічний університет Факультет обліку та фінансів Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: бакалавр. Кваліфікація: бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Наказ МОН від 08.01.2019 р. № 13 Термін дії: до 01.07.29 р.
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, FQ – ENEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Атестат про повну середню освіту Сертифікат ЗНО з української мови і літератури, математики, географії або іноземної мови
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2029 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.kntu.kr.ua/

2 – Мета освітньої програми

Підготовка фахівців, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з організації та ведення маркетингової діяльності та вміють їх застосовувати для вирішення завдань в галузі управління та адміністрування.

3 – Характеристика освітньої програми

Предмета область (галузь знань, спеціальність)	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг <i>Об'єктами вивчення є:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <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
---	--

	<p>сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики 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>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.</p> <p>Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010).</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу;</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>1237.1 Головні фахівці – керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники;</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління;</p> <p>1476 Менеджери (управителі) з архітектури та будівництва, технічного контролю, аналізу та реклами;</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами;</p> <p>2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність);</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Набуття необхідних знань та практичних навиків для подальшої кар'єри у сфері маркетингу.</p> <p>Оволодіння методами прогнозування та дослідження ринку, технологіями розробки маркетингових планів, інструментами цифрового маркетингу, економіко-математичного моделювання маркетингових процесів, методиками здійснення товарної політики, політики просування, рекламної кампанії тощо.</p> <p>Використання пакетів прикладних програм автоматизації процесів управління, аналізу, планування та контролю бізнес - процесів, що застосовуються сучасними підприємствами та організаціями.</p> <p>Формування у фахівців здатності використання мережі Інтернет в маркетинговій діяльності підприємства/організації</p> <p><i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова політика, логістика, економіка, реклама, збут, управління</p>

Особливості програми	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингового менеджменту, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Передбачає оволодіння базовими знаннями з маркетингу та набуття компетентностей з визначення пріоритетних напрямків та організації ведення бізнесу на засадах маркетингових концепцій, прийняття ефективних маркетингових рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідні робочі місця в установах та на підприємствах різних галузей діяльності і організаційно-правових форм
Подальше навчання	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF LLL та 7 рівня НРК
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт, участі у наукових конференціях, тренінгах, дистанційного навчання в системі Moodle
Оцінювання	Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестування в системі навчального середовища Moodle; презентація рефератів; наукових робіт; захист курсових робіт; захист звітів з практики; заліки, екзамени. Система оцінювання: здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівневою національною шкалою (зараховано, не зараховано); 100-бальною; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
6 - Програмні компетентності	
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 (ІК).
Загальні компетентності	1. 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 (ЗК ₁). 2. 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 (ЗК ₂). 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК ₃). 4. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями (ЗК ₄). 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК ₅). 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної

	<p>діяльності(ЗК₆).</p> <p>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК₇).</p> <p>8. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК₈).</p> <p>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК₉).</p> <p>10. Здатність спілкуватися іноземною мовою (ЗК₁₀).</p> <p>11. Здатність працювати в команді (ЗК₁₁).</p> <p>12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК₁₂).</p> <p>13. Здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК₁₃).</p> <p>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК₁₄).</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК₁). 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (СК₂). 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК₃). 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (СК₄). 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (СК₅). 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК₆). 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК₇). 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК₈). 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності (СК₉). 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (СК₁₀). 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків(СК₁₁). 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК₁₂). 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (СК₁₃). 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК₁₄). <p><i>Спеціальні (фахові) компетентності визначені закладом вищої освіти</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 15. Здатність використовувати аналітичні методи та методи економіко-математичного моделювання для обґрунтування рішень у маркетинговій діяльності(СК₁₅). 16. Здатність вибору та використання технологій Digital-маркетингу для ринків різної направленості (СК₁₆).

7 - Програмні результати навчання

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (ПРН₁).
2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (ПРН₂).
3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (ПРН₃).
4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (ПРН₄).
5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПРН₅).
6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності (ПРН₆).
7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (ПРН₇).
8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПРН₈).
9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень (ПРН₉).
10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта (ПРН₁₀).
11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта (ПРН₁₁).
12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (ПРН₁₂).
13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи (ПРН₁₃).
14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення (ПРН₁₄).
15. 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 (ПРН₁₅).
16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки (ПРН₁₆).
17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. (ПРН₁₇).
18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності (ПРН₁₈).
19. Демонструвати вміння використовувати аналітичний інструментарій та відповідні методи і моделі для розуміння логіки прийняття управлінських рішень у маркетинговій діяльності, обґрунтування основних напрямів розвитку та вирішення маркетингових задач
20. Застосовувати сучасні маркетингові технології та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах Digital- маркетингу(ПРН₁₉)

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>У складі кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики сформовано проектну групу з науково-педагогічних працівників, на яку покладено відповідальність за підготовку здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» у складі доктора економічних наук, доцента та двох кандидатів економічних наук, доцентів. Керівник проектної групи (гарант освітньої програми) є доктором наук зі спеціальності «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», завідувачем кафедри. Всі розробники є штатним співробітниками Центральноукраїнського національного технічного університету.</p> <p>До проведення лекцій з навчальних дисциплін за спеціальністю 075 «Маркетинг», залучаються науково-педагогічні працівники, рівень наукової та професійної активності кожного з яких засвідчується виконанням за останні п'ять років не менше трьох умов, зазначених у пункті 5 (підпункти 1-16) приміток до Додатку 12 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджених Постановою КМУ від 30 грудня 2015 р. № 1187.</p> <p>Науково-педагогічні працівники, які виконують всі види навчального навантаження з навчальних дисциплін за спеціальністю 075 «Маркетинг», мають наукові публікації відповідно до профілю дисциплін, які вони викладають, та проходять підвищення кваліфікації не рідше одного разу на п'ять років.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Інформаційне забезпечення освітньої діяльності спеціальності 075 «Маркетинг» включає:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Наявність бібліотеки з трьома читальними залами із загальним фондом близько 500 тис. примірників.2. Можливість користуватися пошуком у Електронному каталозі бібліотеки через локальну мережу університету, база даних якого налічує 131370 записів.3. Вільний доступ до репозитарію ЦНТУ CUNTUR, де можна ознайомитись з науковими працями та навчально-методичними матеріалами викладачів та аспірантів ВНЗ, переглянути повнотекстові публікації наукових збірників видавництва університету, матеріали студентських конференцій та тези доповідей, автореферати та дисертації тощо.4. Доступ до системи дистанційного навчання Moodle, яка містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін спеціальності.5. Доступ до спеціалізованих періодичних видань. <p>Навчально-методичне забезпечення освітньої діяльності спеціальності 075 «Маркетинг» включає опис освітньої програми, навчальний план та пояснювальну записку до нього, робочі програми, комплекси навчально-методичного забезпечення та навчальних матеріалів (підручників, навчальних посібників, методичних вказівок) з кожної навчальної дисципліни навчального</p>

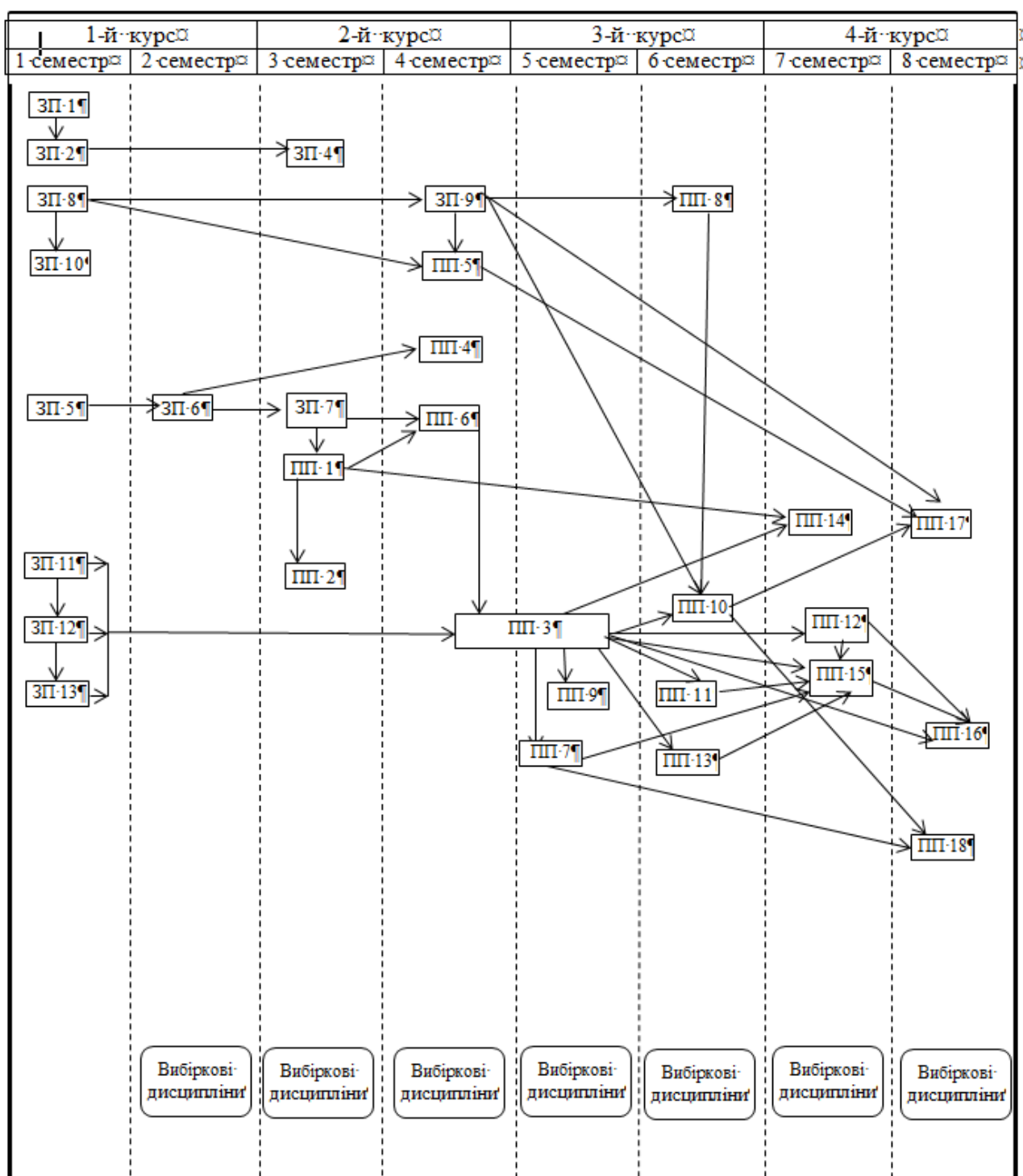
	плану, робочі програми та методичні вказівки з усіх видів практики.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На загальних підставах в межах України.</p> <p>На основі двосторонніх договорів між Центральноукраїнським національним технічним університетом та вищими навчальними закладами України</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між ЦНТУ та зарубіжними вищими навчальними закладами</p> <p>Працюють програми обмінів для здобувачів вищої освіти, викладачів і науковців країн Європи – Erasmus та обміну здобувачів вищої освіти між університетами європейського континенту – TEMPUS/TACIS.</p> <p>Міжнародну співпрацю представляють сто двадцять закордонних організацій, п'ятдесят університетів Європи: Технічний університет Дрездена, Університет підвищення кваліфікації; Німецька агротехнічна школа м. Нінбург (всі – Німеччина); Північно-західний інженерний університет механіки та електрики (КНР); Національний заклад вищої агрономічної освіти Діжону ENESAD (Франція); Сільськогосподарський ліцей Луї Пастера (Клермон-Ферран, Франція); Гірничий університет міста Леобен (Австрія); Батумський державний університет ім. Шота Руставелі (Грузія); Університет інформатики та прикладних знань (Лодзь, Польща); Білостоцький університет (Польща); Університет економіки у місті Бидгощ, Польща (Wyższa Szkoła Gospodarki, WSG); ГНУ «Об'єднаний інститут машинобудування НАН Білорусі» (Білорусія); Центрально-Європейський Університет, м. Скаліца (Словацька Республіка), Державний MohawkCollege (Канада) та інші.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Методичне забезпечення викладання фахових дисциплін враховує особливості законодавства в сфері маркетингу країн іноземних здобувачів вищої освіти. Навчальний план передбачає можливість обрання здобувачами вищої освіти дисциплін, що викладаються англійською мовою. Функціонує підготовче відділення, де іноземні громадяни вивчають українську (російську) мову.</p>

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/ роботи, практики кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти ОП			
1.1. Дисципліни загальної підготовки			
ЗП 1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
ЗП 2	Історія та культура України	5	Екзамен
ЗП 3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік
ЗП 4	Філософія	4	Екзамен
ЗП 5	Основи економічної теорії	4	Екзамен
ЗП 6	Макроекономіка	4	Екзамен
ЗП 7	Мікроекономіка	4	Екзамен
ЗП 8	Вища та прикладна математика	5	Екзамен
ЗП 9	Економетрика та оптимізаційні методи і моделі	4	Екзамен
ЗП 10	Основи інформаційних систем	5	Екзамен
ЗП 11	Університетська освіта	4	Залік
ЗП 12	Вступ до спеціальності	4	Залік
ЗП 13	Ділове спілкування	5	Залік
1.2. Дисципліни професійної підготовки			
ПП 1	Економіка підприємства	4	Залік
ПП 2	Соціально-трудові відносини та процеси	3	Екзамен
ПП 3	Маркетинг	10	Залік Екзамен
ПП 4	Гроші і кредит	3	Екзамен
ПП 5	Ризикологія	4	Екзамен
ПП 6	Менеджмент	4	Екзамен
ПП 7	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
ПП 8	Статистика	4	Залік
ПП 9	Інноваційні технології в маркетингу	4	Екзамен
ПП 10	Маркетингові дослідження	6	Курсова Екзамен
ПП 11	Поведінка споживача	5	Екзамен
ПП 12	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ПП 13	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ПП 14	Маркетинг промислового підприємства	7	Курсова Екзамен
ПП 15	Стратегія збуту і просування товарів	5	Екзамен
ПП 16	Логістика	5	Екзамен
ПП 17	Проектний аналіз	5	Екзамен
ПП 18	Інфраструктура товарного ринку	7	Курсова Екзамен
1.3. Практика			
ПК 1	Навчально-комп'ютерна	6	Залік
ПК 2	Виробничо-ознайомча	6	Залік
ПК 3	Виробнича	6	Залік
ПК 4	Комплексна	6	Залік
	Атестаційний екзамен	2	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		172	

2. Вибіркові компоненти ВК			
2.1. Вибіркові дисципліни загальної підготовки			
ВЗП 2.1.1	Вибіркові дисципліни другого семестру	12	
ВЗП 2.1.2	Вибіркові дисципліни третього семестру	4	
ВЗП 2.1.3	Вибіркові дисципліни четвертого семестру	4	
ВЗП 2.1.4.	Вибіркові дисципліни шостого семестру	4	
2.2. Вибіркові дисципліни професійної підготовки			
ВПП 2.2.1	Вибіркові дисципліни третього семестру	8	
ВПП 2.2.2	Вибіркові дисципліни четвертого семестру	4	
ВПП 2.2.3	Вибіркові дисципліни п'ятого семестру	8	
ВПП 2.2.4	Вибіркові дисципліни шостого семестру	8	
ВПП 2.2.5	Вибіркові дисципліни сьомого семестру	8	
ВПП 2.2.6	Вибіркові дисципліни сьомого семестру	8	
Загальний обсяг вибірових компонент			68
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			240

3. Структурно-логічна схема програми



4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або складання екзамену з фаху та завершується видачею диплому встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєння кваліфікації: бакалавр з маркетингу за спеціалізацією маркетинг.

Кваліфікаційна робота виконується з метою встановлення відповідності набутих результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Кваліфікаційна робота бакалавра виконується за тематикою, визначеною вищим навчальним закладом та перевіряється на плагіат. Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи регламентується Положенням про дипломне проектування ЦНТУ. Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційної роботи розміщуються на сайті вищого навчального закладу або його структурного підрозділу.

Атестація якості підготовки бакалавра за фахом «Маркетинг» щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої підготовки вимогам Освітньої програми здійснюється після виконання здобувачами вищої освіти у повному обсязі навчального плану вищого навчального закладу з даного фаху.

Випускній атестації передуює семестрова (проміжна) атестація здобувача за результатами виконання індивідуального плану у вигляді його здачі іспитів та захисту. Документами, що підтверджують проміжну атестацію здобувача, є довідка про складання іспитів і заліків, витяг із протоколу засідання кафедри та вченої ради факультету обліку та фінансів тощо. До випускної атестації допускаються здобувач, які успішно виконали всі вимоги навчального плану зі спеціальності відповідного РВО (не мають академічної заборгованості). Складання випускних екзаменів оцінюється відповідно до критеріїв оцінювання за 100-бальною шкалою з наступним переведенням балів до оцінок за національною шкалою.

Здобувач, який не склав випускний екзамен, або не з'явився на випускний екзамен без поважних причин, відраховується з університету як такий, що не пройшов випускної атестації.

Здобувач, який не з'явився на випускний екзамен з поважної, документально підтвердженої причини, ректором може бути продовжений строк навчання до наступного терміну роботи екзаменаційної комісії, але не більше, ніж на один рік.

Атестація здійснюється на підставі оцінки рівня професійних компетентностей випускників, передбачених даною. Освітньою програмою, з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики

Присвоєння кваліфікації «Бакалавр з маркетингу» здійснює Екзаменаційна комісія

Випускна атестація здійснюється екзаменаційною комісією (ДЕК) на підставі Положення про екзаменаційну комісію. Строки проведення випускної атестації визначаються навчальними планами.

Звіт голови ДЕК зі спеціальності обговорюється на засіданні випускової кафедри і вченої ради університету/факультету.

Загальні підсумки роботи екзаменаційних комісій зі спеціальностей університету обговорюються на засіданні Вченої ради університету.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. Матриця відповідності програмних компетенцій компонентам освітньої програми

№	КОМПОНЕНТА	КОМПЕТЕНЦІЇ																																		
		ЗК ₁	ЗК ₂	ЗК ₃	ЗК ₄	ЗК ₅	ЗК ₆	ЗК ₇	ЗК ₈	ЗК ₉	ЗК ₁₀	ЗК ₁₁	ЗК ₁₂	ЗК ₁₃	ЗК ₁₄	СК ₁	СК ₂	СК ₃	СК ₄	СК ₅	СК ₆	СК ₇	СК ₈	СК ₉	СК ₁₀	СК ₁₁	СК ₁₂	СК ₁₃	СК ₁₄	СК ₁₅	СК ₁₆	ІК				
1	ЗП 1										+																						+			
2	ЗП 2				+																													+		
3	ЗП 3										+		+																					+		
4	ЗП 4			+	+									+																		+		+		
5	ЗП 5			+	+				+						+																	+		+		
6	ЗП 6			+	+				+						+																	+		+		
7	ЗП 7			+	+			+	+						+																	+		+		
8	ЗП 8									+																						+		+		
9	ЗП 9							+	+	+													+				+					+		+		
10	ЗП 10				+			+		+																+						+	+	+		
11	ЗП 11	+			+																													+		
12	ЗП 12				+	+																													+	
13	ЗП 13			+	+	+							+																				+		+	
14	ПП 1								+																										+	
15	ПП 2				+							+		+																					+	
16	ПП 3				+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
17	ПП 4				+		+																													+
18	ПП 5			+					+									+						+												+
19	ПП 6			+		+		+					+																							+
20	ПП 7						+									+	+		+	+												+			+	
21	ПП 8								+																											+
22	ПП 9			+	+		+									+										+			+			+		+	+	+
23	ПП 10			+			+		+							+	+	+	+		+	+			+	+						+			+	

24	ΠΠ 11			+		+	+	+	+	+											+	+			+	+			+	+	+		
25	ΠΠ 12				+		+	+	+	+		+								+	+			+		+	+			+	+	+	
26	ΠΠ 13				+	+	+	+	+	+		+				+					+	+	+				+	+			+	+	+
27	ΠΠ 14				+	+	+	+	+	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
28	ΠΠ 15				+	+	+	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+			+	
29	ΠΠ 16																+	+	+	+								+	+			+	
30	ΠΠ 17			+	+		+		+							+	+	+		+					+	+		+	+	+	+		+
31	ΠΠ 18				+		+		+							+	+	+		+		+											+
32	ΠΚ 1								+	+										+					+					+	+		+
33	ΠΚ 2				+				+								+	+	+	+	+	+				+		+			+		+
34	ΠΚ 3				+	+		+	+								+	+	+	+	+	+				+		+		+	+		+
35	ΠΚ 4				+	+		+	+								+	+	+	+	+	+				+		+		+	+	+	+

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

№	КОМПОНЕНТА	ПРОГРАМНИЙ РЕЗУЛЬТАТ НАВЧАННЯ (ПРН)																			
		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	ПРН ₁₆	ПРН ₁₇	ПРН ₁₈	ПРН ₁₉	ПРН ₂₀
1	ЗП 1																+	+			
2	ЗП 2										+	+									
3	ЗП 3																+	+			
4	ЗП 4									+		+	+		+	+					
5	ЗП 5		+	+							+										
6	ЗП 6		+	+							+										
7	ЗП 7		+	+							+										
8	ЗП 8				+			+												+	
9	ЗП 9		+	+	+		+	+												+	
10	ЗП 10				+			+												+	+
11	ЗП 11											+			+		+	+			
12	ЗП 12	+									+	+	+		+	+	+	+			
13	ЗП 13											+		+	+		+	+			
14	ПП 1		+	+	+																
15	ПП 2									+	+		+		+	+			+		
16	ПП 3	+	+	+	+	+				+	+	+		+		+			+	+	
17	ПП 4		+	+						+	+					+					
18	ПП 5		+		+	+			+												
19	ПП 6				+					+	+						+				
20	ПП 7	+	+	+			+									+			+		
21	ПП 8		+		+			+	+												
22	ПП 9	+		+					+	+		+									+
23	ПП 10	+	+	+	+	+	+		+							+			+		

24	III 11	+	+	+		+	+				+		+				+		+	+	+
25	III 12	+		+	+			+									+			+	+
26	III 13	+	+	+		+											+			+	+
27	III 14	+	+	+	+	+	+			+				+	+		+			+	
28	III 15	+	+	+	+				+	+	+			+	+	+	+				
29	III 16	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+				
30	III 17																			+	
31	III 18	+				+	+		+		+						+				
32	PK 1				+			+			+						+			+	+
33	PK 2				+	+					+	+					+			+	
34	PK 3				+	+					+	+					+			+	
35	PK 4				+	+					+	+					+			+	+

7. Матриця відповідності визначених Стандартом та ЗВО компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Відповідальність і автономія
	Зн1. Концептуальні наукові та практичні знання, Зн2. Критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	УМ1. Поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації К2. Збір, інтерпретація та застосування даних К3. Спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	ВА1. Управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами ВА2. Спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах ВА3. Формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти ВА4. Організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп ВА5. Здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії
Загальні компетентності				
ЗК1			K1	ВА3
ЗК2				ВА3
ЗК3		УМ1	K2	ВА5
ЗК4	ЗН1	УМ1		ВА5
ЗК5			K1	ВА2
ЗК6	ЗН2	УМ1		ВА3
ЗК7	ЗН1	УМ1	K1	ВА4
ЗК8		УМ1	K2	ВА3
ЗК9		УМ1	K2	ВА1
ЗК10			K3	ВА3
ЗК11			K1	ВА4
ЗК12			K3	ВА2
ЗК13	ЗН2	УМ1	K3	ВА4
ЗК14		УМ1	K1	ВА5
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1	ЗН1		K2	ВА4
СК2	ЗН2	УМ1	K2	ВА1
СК3		УМ1	K2	ВА2
СК4		УМ1	K1, K3	ВА1
СК5			K2	ВА2
СК6	ЗН2	УМ1	K2	ВА2
СК7	ЗН2	УМ1	K2	ВА3
СК8	ЗН2	УМ1	K1	ВА1
СК9	ЗН1	УМ1	K1	ВА1
СК10	ЗН1	УМ1	K1, K2, K3	ВА2
СК11	ЗН2	УМ1	K2	ВА1
СК12		УМ1	K1, K2, K3	ВА1
СК13		УМ1	K1, K3	ВА1
СК14		УМ1	K1, K3	ВА1
СК15	ЗН2	УМ1	K1, K2, K3	ВА2
СК16		УМ1	K2	ВА1

8. Матриця відповідності визначених Стандартом та ЗВО результатів навчання та компетентностей за спеціальністю 075 «Маркетинг», освітньо-професійною програмою «Маркетинг»

Програмні результати навчання	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	СК15
ПРН1	+					+									+	+														
ПРН2	+		+			+	+	+	+								+								+			+		
ПРН3	+							+					+					+					+	+						
ПРН4	+							+	+								+			+	+								+	
ПРН5	+		+			+														+	+							+		+
ПРН6	+		+			+	+	+									+	+	+	+									+	
ПРН7	+							+																+	+	+				
ПРН8	+		+	+		+	+								+				+				+	+			+			
ПРН9	+					+	+															+				+	+	+		
ПРН10	+			+				+	+	+							+										+	+	+	
ПРН11	+		+			+	+					+							+	+		+				+	+	+		
ПРН12	+			+			+					+					+		+											
ПРН13	+				+								+									+						+		
ПРН14	+			+	+		+				+						+											+		
ПРН15	+	+	+										+	+													+			
ПРН16	+			+		+								+			+	+										+		
ПРН17	+									+					+												+			
ПРН18	+	+	+										+																	
ПРН19	+		+				+									+	+		+		+	+		+	+	+	+	+	+	+
ПРН20	+							+											+	+			+	+	+					+

Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. N 365) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
3. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти // Протокол від 29.03.2016 № 3 Сектор вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України. - 29 с.
4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 18 серпня 2020 року № 1574) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1574915-20#Text>
5. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010, затверджений Наказом Держспоживстандарту України від 29.11.2010 року №530. URL: <http://sfs.gov.ua/dovidniki-reestri-perelik/pereliki-/128651.html>.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341.
7. Національна рамка кваліфікацій. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 зі змінами, внесеними згідно Постанов КМУ № 509 від 12.06.2019 р. та № 519 від 25.06.2020 р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>
8. TUNING. Educational Structures in Europe. – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>
9. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. Укладачі: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. К. : ТОВ «Видавничийдім «Плеяди», 2014. – 100 с.
10. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266 зі змінами НАЗЯВО № 362 від 05.02.20 року) URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>.
11. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266: Наказ Міністерства освіти і науки України від 06.11.2015 р. №1151 URL: <http://old.mon.gov.ua/ru/about-ministry/normative/4636>.
12. Про затвердження персонального складу Науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України, затверджено наказом МОН України №375 від 06.04 2016 р. URL: <http://old.mon.gov.ua/ru/about-ministry/normative/5392->
13. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Наказ Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/075-marketing-bakalavr.pdf>
14. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С. та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. Київ: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. 84 с.
15. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації/ Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. К.: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. 120 с.