

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентності, 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»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій»; Національного класифікатора України: Класифікатор професій ДК 003:2010), 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 робочою групою кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету у складі:

1. *Ніколаєва Ігоря Володимировича* – кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ, гаранта освітньо-професійної програми;
2. *Жовновач Руслани Іванівни* – доктора економічних наук, професора, завідувача кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ;
3. *Романчука Сергія Анатолійовича* – кандидата технічних наук, доцента, доцента кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ;
4. *Коваль Лілії Анатоліївни* – кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ;
5. *Буйновського Олега Олександровича* – директора ТОВ "Завод "Дзеркальник";
6. *Іващенко Катерини Олегівни* – здобувачки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Програма схвалена Науково-методичною комісією спеціальності 075 «Маркетинг», рекомендована Науково-методичними радами економічного факультету та затверджена Вченою радою Центральноукраїнського національного технічного університету.

Дана освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Центральноукраїнського національного технічного університету.

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Центральноукраїнський національний технічний університет Економічний факультет Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень, FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми бакалавра: <ul style="list-style-type: none"> • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): <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. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.

Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію серія УД № 12008533 згідно рішення Акредитаційної комісії від 27.12.2018 р. протокол №133 (наказ МОН України від 08.01.2019 р. №13). Термін дії до 01.07.2029 р.
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Центральноукраїнського національного технічного університету», затвердженими Вченою радою. Наявність повної загальної середньої освіти. Прийом на основі повної загальної середньої освіти, на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється на конкурсній основі та згідно з чинними Правилами прийому на відповідний рік. Підготовка фахівців з маркетингу проводиться за денною та заочною формами навчання.
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До повного завершення періоду навчання або наступного оновлення програми
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)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Опис предметної області	<i>Об'єкт вивчення:</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 сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері

	<p>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; 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>1476.1 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</p>

	<p>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. Формування у фахівців здатності використання мережі Інтернет в маркетинговій діяльності підприємства/організації.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова політика, логістика, економіка, реклама, збут, управління.</p>
Особливості програми	<p>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.</p>
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	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Викладання здійснюється на засадах студентоцентрованого навчання, самонавчання, проблемно-орієнтованого навчання з використанням активних методів та комбінованого підходу до навчання: поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання із використанням тематичних, проблемних, оглядових лекцій, в тому числі за участі фахівців-практиків, проведення презентацій, дискусій, застосування методу кейс-стаді із розв'язанням реальних завдань, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих задач, роботи в малих групах. Викладання проводиться у вигляді лекцій, практичних занять, консультацій, практик, наукових конференцій, тренінгів, мультимедійних презентацій, самонавчання, дистанційного навчання на платформах Moodle, Zoom.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання успішності навчання здобувачів здійснюється шляхом проведення поточного та підсумкового контролю.</p> <p>Поточний контроль: усні відповіді, тестування, поточний</p>

	<p>рубіжний контроль, експрес-опитування, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, захист рефератів, захист курсових робіт, захисту звітів з практики.</p> <p>Підсумковий контроль: у формі екзаменів та заліків – за результатами вивчення дисциплін загальної та професійної підготовки, передбачених навчальним планом.</p> <p>Під час здійснення оцінювання програмних результатів навчання за даною освітньої програмою, передбачено зарахування результатів неформальної освіти здобувачів.</p>
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	<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>

	ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><i>Спеціальні (фахові) компетентності визначені закладом вищої освіти</i></p> <p>СК15. Здатність використовувати аналітичні методи та методи економіко-математичного моделювання для обґрунтування рішень у маркетинговій діяльності.</p> <p>СК16. Здатність вибору та використання технологій Digital-маркетингу для ринків різної направленості.</p>
7. Програмні результати навчання	
ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів	

провадження маркетингової діяльності.

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН15. 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.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти

ПРН19. 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.

ПРН20. Застосовувати сучасні маркетингові технології та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах Digital-маркетингу.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>До проведення лекцій з навчальних дисциплін відповідно з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, рівень наукової та професійної активності кожного з яких засвідчується виконанням за останні п'ять років не менше чотирьох умов, зазначених у пункті 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджених Постановою КМУ від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</p> <p>Науково-педагогічні працівники, які виконують усі види навчального навантаження за ОПП «Маркетинг» спеціальності 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> <p>До проведення наукових семінарів, конференцій, круглих столів тощо для здобувачів за ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» залучаються вітчизняні висококваліфіковані фахівці-практики та закордонні фахівці, включаючи проведення заходів англійською мовою.</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.

	<p>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.</p> <p>4. Доступ до системи дистанційного навчання Moodle, яка містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін спеціальності.</p> <p>5. Доступ до спеціалізованих періодичних видань.</p> <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 плану, робочі програми та методичні вказівки з усіх видів практики.</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На загальних підставах в межах України.</p> <p>На основі укладених угод між ЦНТУ та закладами вищої освіти України.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між ЦНТУ та зарубіжними закладами вищої освіти.</p> <p>Працюють програми обмінів для здобувачів, викладачів і науковців країн Європи в рамках програми Erasmus та обміну студентами між університетами європейського континенту – TEMPUS/TACIS.</p> <p>Міжнародну співпрацю з економічного напрямку представляють: 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); Центральньо-Європейський Університет, м. Скаліца (Словацька Республіка), Державний MohawkCollege (Канада) та інші.</p>

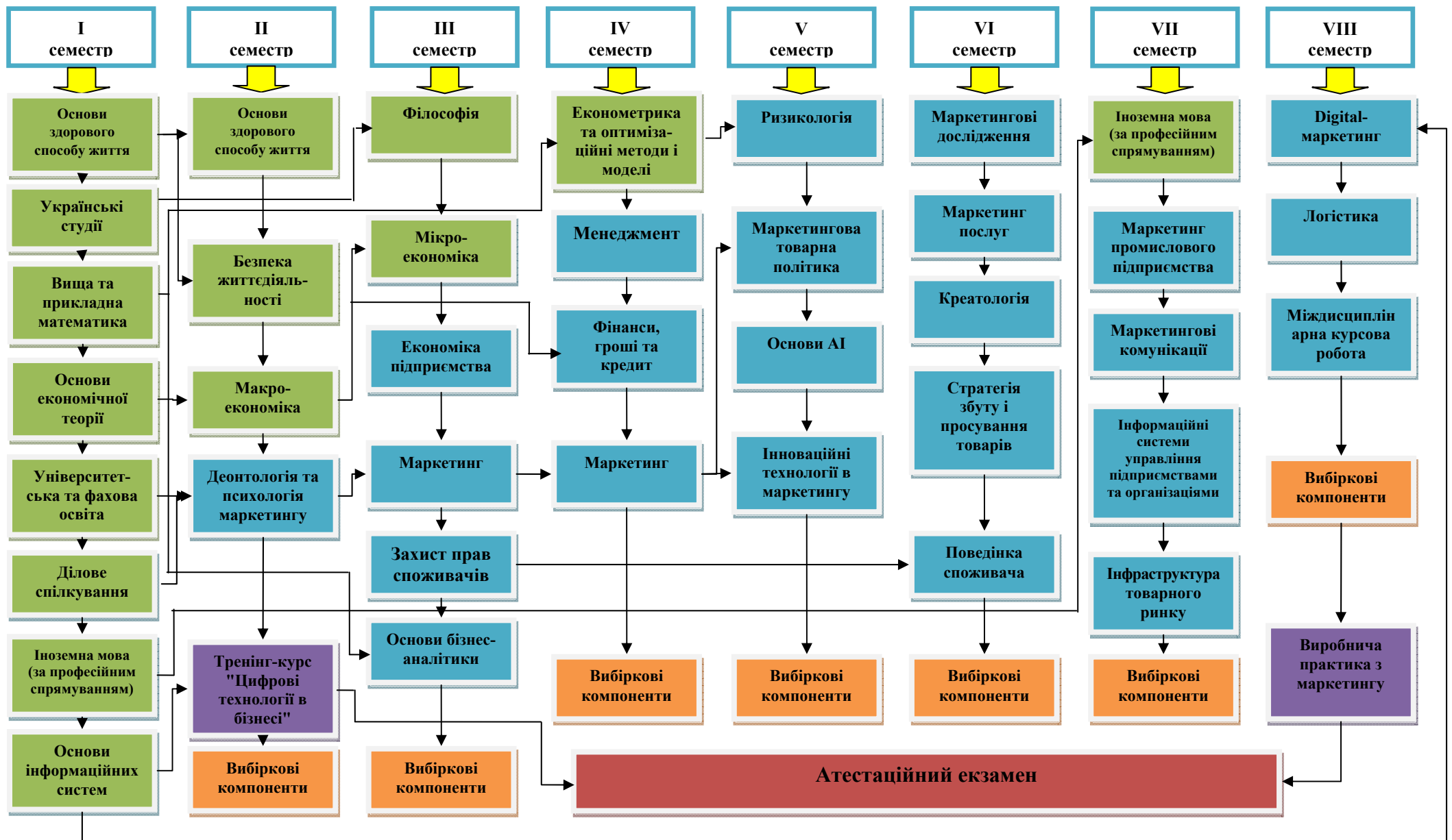
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код компоненти ОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/роботи, практики, державна атестація)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОП			
1.1. Дисципліни загальної підготовки			
ЗП 1	Українські студії	6	Екзамен
ЗП 2	Вища та прикладна математика	5	Екзамен
ЗП 3	Основи економічної теорії	4	Екзамен
ЗП 4	Основи інформаційних систем	4	Залік
ЗП 5	Університетська та фахова освіта	4	Залік
ЗП 6	Ділове спілкування	4	Залік
ЗП 7	Безпека життєдіяльності	2	Залік
ЗП 8	Макроекономіка	4	Екзамен
ЗП 9	Мікроекономіка	4	Екзамен
ЗП 10	Філософія	3	Залік
ЗП 11	Економетрика та оптимізаційні методи і моделі	5	Екзамен
ЗП 12	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік
ЗП 13	Основи здорового способу життя	3	Залік
	Усього	54	
1.2. Дисципліни професійної підготовки			
ПП 1	Деонтологія та психологія маркетингу	4	Екзамен
ПП 2	Економіка підприємства	4	Залік
ПП 3	Маркетинг	10	Залік Екзамен Курсова робота
ПП 4	Захист прав споживачів	5	Екзамен
ПП 5	Основи бізнес-аналітики	5	Екзамен
ПП 6	Менеджмент	4	Екзамен
ПП 7	Фінанси, гроші та кредит	4	Залік
ПП 8	Ризикологія	5	Екзамен
ПП 9	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
ПП 10	Інноваційні технології в маркетингу	5	Екзамен
ПП 11	Основи AI	4	Залік
ПП 12	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ПП 13	Поведінка споживача	5	Екзамен

1	2	3	4
ПП 14	Креатологія	4	Екзамен
ПП 15	Стратегія збуту і просування товарів	4	Залік
ПП 16	Маркетинг послуг	4	Залік
ПП 17	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
ПП 18	Маркетингові комунікації	4	Залік
ПП 19	Інформаційні системи управління підприємствами та організаціями	5	Екзамен
ПП 20	Інфраструктура товарного ринку	5	Екзамен
ПП 21	Digital-маркетинг	5	Екзамен
ПП 22	Логістика	6	Екзамен
ПП 23	Міждисциплінарна курсова робота	3	Диференційований залік
ПК 1	Тренінг-курс "Цифрові технології в бізнесі"	6	Диференційований залік
ПК 2	Виробнича практика з маркетингу	6	Диференційований залік
	Атестаційний екзамен	2	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		178 кредитів	
2. Вибіркові компоненти ОП			
ВК	Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти	62	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент		62 кредити	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» ЦНТУ проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею диплому встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєння кваліфікації: бакалавр з маркетингу за спеціалізацією маркетинг.

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. Документами, що підтверджують проміжну атестацію здобувача, є довідка про складання іспитів і заліків, витяг із протоколу засідання кафедри та вченої ради факультету тощо. До випускної атестації допускаються здобувач, які успішно виконали всі вимоги навчального плану зі спеціальності відповідного РВО (не мають академічної заборгованості). Складання атестаційного екзамену оцінюється відповідно до критеріїв 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 (ЕК) на підставі Положення про екзаменаційну комісію. Строки проведення випускної атестації визначаються навчальними планами.

Звіт голови ЕК зі спеціальності обговорюється на засіданні кафедри і вченої ради/факультету.

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

ПП 13	+			+			+	+	+	+												+	+			+	+			+			
ПП 14	+				+		+	+	+	+							+					+	+	+				+	+			+	+
ПП 15	+				+	+	+	+	+						+		+	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+			
ПП 16	+				+	+	+	+	+			+					+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	
ПП 17	+				+		+	+	+	+		+	+								+	+			+		+	+			+	+	
ПП 18	+				+					+																						+	
ПП 19	+				+			+	+		+						+			+	+												+
ПП 20	+																+	+	+	+											+	+	
ПП 21	+				+		+		+							+		+	+		+		+	+									
ПП 22	+				+	+		+		+							+	+	+			+										+	+
ПК 1	+				+	+			+	+											+						+					+	+
ПК 2	+				+	+		+	+								+	+	+	+	+	+					+				+	+	+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми «Маркетинг»

№	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	ПП 11		+		+			+		+											
25	ПП 12	+	+	+	+	+	+			+							+			+	
26	ПП 13	+	+	+		+	+				+	+	+				+		+		+
27	ПП 14	+	+	+		+											+			+	+
28	ПП 15	+	+	+	+				+	+	+			+	+	+	+				
29	ПП 16	+	+	+	+	+	+			+				+	+		+			+	
30	ПП 17	+		+	+			+							+		+			+	+
31	ПП 18				+			+			+									+	
32	ПП 19	+						+	+				+				+				+
33	ПП 20	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+				
34	ПП 21	+				+	+		+			+					+				
35	ПП 22																				
36	ПК 1	+			+			+				+	+				+			+	+
37	ПК 2	+	+	+	+	+	+				+	+					+			+	+

6. 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

7. 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	ЗК15	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15	СК16
ПРН1	+					+									+	+	+															
ПРН2	+			+		+	+	+	+						+			+									+			+		
ПРН3	+							+					+						+					+	+							
ПРН4	+							+	+									+			+	+									+	
ПРН5	+			+		+															+	+					+			+		
ПРН6	+			+		+	+	+										+	+	+	+							+			+	
ПРН7	+								+																		+		+	+		
ПРН8	+			+	+		+	+								+				+					+	+			+			
ПРН9	+					+	+																+				+	+	+			
ПРН10	+							+	+	+					+			+										+	+	+		
ПРН11	+			+		+	+					+			+					+	+		+			+	+	+	+	+		
ПРН12	+			+			+					+			+			+		+												
ПРН13	+				+									+										+						+		
ПРН14	+			+	+		+					+			+			+												+		
ПРН15	+	+	+										+	+	+														+			
ПРН16	+			+		+								+					+	+										+		
ПРН17	+									+					+	+												+				
ПРН18	+	+	+											+	+																	
ПРН19	+		+					+									+	+			+		+	+		+	+	+	+	+	+	
ПРН20	+							+													+	+			+	+						+

8. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

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.