

Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

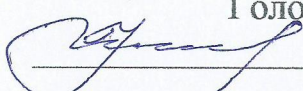
ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада

ДВНЗ «Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника»

Протокол від «7» 30.08 2016 р. № 7

Голова Вченої ради

 І.С. Цепенда

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

Перший (бакалаврський) рівень

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація	Маркетинг
Кваліфікація	Бакалавр маркетингу

ВНЕСЕНО

Кафедра менеджменту і маркетингу

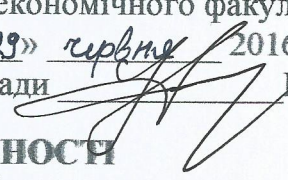
Протокол від «29» серпня 2016 р. № 10

Завідувач кафедри  Ткач О.В.

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою економічного факультету

Протокол від «29» серпня 2016 р. № 8

Голова вченої ради  Благун І.С.

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказ ректора від «30» серпня 2016 р. № 47/06-12

ВВЕДЕНО У ДІЮ з «1» вересня 2016 р.

Навчально-методичний відділ

Начальник  Запукхляк Р.І.

ПРОЕКТНА ГРУПА

Керівник (гарант)

к.е.н., доц. Колчак Ю.С. 

Члени групи:

д.е.н., проф. Романюк М.Д. 

к.е.н., доц. Шурпа С.Я. 

м. Івано-Франківськ, 2016

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма для підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 075 «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти; перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма.

Освітньо-професійна програму розроблено членами проектної групи ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» у складі:

Копчак Юрій Степанович - кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і маркетингу (керівник);

Романюк Михайло Дмитрович – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту і маркетингу;

Шурпа Світлана Ярославівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і маркетингу.

В процесі обговорення ОП прийняли участь

Здобувачі вищої освіти:

Сарабин Тетяна Михайлівна – студентка спеціальності 075 «Маркетинг».

Роботодавці:

Бойко Маргарита Мирославівна – директор ТОВ «Надія», кандидат економічних наук

Представники професійної спільноти:

Король Роман Олегович – керівник відділу маркетингу ТОВ «Надія».

1. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

1. Конституція України // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254-вр>
2. Закон України «Про вищу освіту» // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» №1341 від 23.11.2011 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» №244 від 15.04.2015 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/244-2015-п>
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №266 від 29.04.2015 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
6. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
7. Класифікатор професій ДК 003:2010: Держ. установа наук.-досл. ін.-т соціал.-труд. відносин М-ва праці та соціал. політики України; Ін-т укр. мови НАН України; Держкомстат. України. - К.: Соцінформ. - 2010. - 745 с.
8. Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» №1187 від 30.12.2015 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015п>
9. 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.

2. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ БАКАЛАВРА

1	Загальна інформація
Повна назва навчального закладу та структурного	Державний вищий навчальний заклад «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» Економічний факультет Кафедра менеджменту і маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	075 Маркетинг
Кваліфікація у дипломі	Бакалавр маркетингу
Термін навчання	Обсяг освітньої програми на основі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС, нормативний строк підготовки: 3 роки 10 місяців. Обсяг освітньої програми на основі ступеня молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста) становить 120 кредитів ЄКТС, нормативний строк підготовки: 1 рік 10 місяців. Університет має право визнавати та перезараховувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки (не більше 60 кредитів ЄКТС)
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський)рівень вищої освіти: FQ-ЕНЕА - перший цикл, QF-LLL - 6 рівень, НРК - 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта / диплом молодшого спеціаліста / диплом молодшого бакалавра. Умови вступу визначають правила прийому до ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Обмеження щодо форм навчання	Очне (денне) або заочне (дистанційне)
Мова(и) викладання	Українська

2.	Мета освітньої програми 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Мета освітньої програми	Сформувати у студентів систему комплексних знань з теоретичних засад, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.
Опис предметної області	<p>Освітньо-професійна програма галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; спеціальність 075 «Маркетинг».</p> <p><i>Об'єктом вивчення</i> є процеси маркетингової діяльності суб'єктів господарювання на ринку товарів і послуг.</p> <p><i>Цілями навчання</i> є підготовка фахівців, здатних вирішувати практичні проблеми та складні спеціалізовані задачі у сфері маркетингової діяльності суб'єктів господарювання на засадах оволодіння системою компетентностей.</p> <p><i>Теоретичним змістом предметної області</i> слугують:</p> <ul style="list-style-type: none"> - парадигми, закони, закономірності, принципи, історичні передумови розвитку маркетингу; - концепції системного, ситуаційного, адаптивного, антикризового, інноваційного маркетингу; - функції, методи, технології у маркетингу. <p>Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, логістики, міжнародного маркетингу, міжнародної економіки, інформаційних систем та технологій, економетрики.</p> <p><i>Цілі навчання</i> - підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності</p> <p><i>Методи, методики, технології та інструменти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково - аналітичні, економіко-статистичні, економіко - математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні,

	<p>документальні, балансові тощо);</p> <ul style="list-style-type: none"> - методи реалізації функцій маркетингу (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур управління; методи мотивування; методи контролювання; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності в маркетингу тощо); - методи сегментування та вибору цільових ринків (сегментування, вибір цільових ринків, позиціонування); - інструментарій обґрунтування маркетингових рішень (економічний аналіз, імітаційне моделювання, дерево рішень тощо); - інформаційні технології у маркетингу. <p>Здобувач вищої освіти вчиться проводити комплексні дослідження, що вирізняються актуальністю, оригінальністю, інноваційністю та міждисциплінарністю; виявляти, ставити та вирішувати наукові проблеми</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Програма є спеціальною в галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг».</p> <p>Програма орієнтує на вивчення сукупності актуальних теоретичних та практичних питань у сфері сучасного маркетингу, в межах яких можливе подальше навчання та професійна діяльність</p>
<p>3.</p>	<p style="text-align: center;">Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>
<p>Працевлаштування випускників</p>	<p>Випускник освітнього ступеня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми 1314 Комерсант 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним)

	<p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління</p> <p>1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>2419.2 Економіст із збуту</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2441.2 Економіст із ціноутворення</p> <p>3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчандайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний</p> <p>3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний</p>
Умови присвоєння освітньої кваліфікації	Присвоюється на підставі успішного виконання вимог освітньо-професійної програми
Академічні права випускників	Бакалавр з маркетингу може продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Можливість навчання за програмою НРК України - 6 рівень, FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL - 6 рівень галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» та відповідних спеціалізацій
4.	Викладання та оцінювання
Викладання та навчання	Навчання носить студентоцентрований та інноваційно-орієнтований характер. Проблемні лекції, лекції-діалоги, лекції-дискусії, вирішення. Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних

	занять, консультацій, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет, самостійна робота на основі рекомендованих літературних джерел та фондів наукової бібліотеки ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
Система оцінювання	<p>Види контролю: поточний, тематичний, модульний, підсумковий (екзамен/залік), контроль самостійної роботи студента.</p> <p>Форми контролю: поточне опитування, тестовий контроль, письмові ессе, консультації з викладачами, презентація, захист звітів з практики; захист курсових робіт; усно - письмові екзамени, заліки.</p> <p>Підсумкова атестація – захист бакалаврської роботи та кваліфікаційний іспит.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється на основі 100 - бальної шкали, визначеною ЄКТС.</p>
5.	Перелік компетентностей випускника
Інтегральна компетентність (ІК)	ІК1. Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає застосування теорій та методів маркетингу, характеризується комплексністю і невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та встановлення взаємозв'язків між соціально-економічними явищами та процесами.</p> <p>ЗК2. Здатність до застосовування концептуальних і фундаментальних знань, розуміння предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ЗК3. Здатність здійснювати усну і письмову комунікацію професійного спрямування державною та іноземною мовами.</p> <p>ЗК4. Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій для збору, опрацювання, аналізу, оцінки інформації з різних джерел та її подальше застосування</p> <p>ЗК5. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при</p>

	<p>вирішенні професійних завдань.</p> <p>ЗК6. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК7. Здатність до швидкої адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації.</p> <p>ЗК8. Етичність та соціально відповідальне ставлення до різноманітності та мультикультурності, здатність працювати у міжнародному контексті.</p> <p>ЗК9. Володіння знаннями, що сприяють особистому професійному розвитку, формуванню загальної культури і соціалізації особистості.</p> <p>ЗК10. Володіння знаннями освітньої та наукових складових підготовки, необхідними для здійснення професійної та наукової діяльності.</p> <p>ЗК11. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК12. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК13. Вміння виявляти, ставити та вирішувати наукові проблеми, нові ідеї, здатність самостійно продукувати і приймати рішення.</p> <p>ЗК14. Здатність зберігати культурні, наукові, соціальні цінності та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК15. Усвідомлювати загальнодержавні цінності, здатність реалізовувати власні та обов'язки як громадянина України.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>СК1. Здатність розробляти маркетингові плани діяльності підприємства, організації та розраховувати бюджет маркетингової діяльності.</p> <p>СК2. Здатність організовувати моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, що впливає на його маркетингову діяльність та превентивного реагування на зміни його стану.</p> <p>СК3. Здатність коректно застосовувати методи та прийоми маркетингу та обґрунтовувати їх доцільність.</p> <p>СК4. Здатність організовувати комунікаційну діяльність підприємства.</p> <p>СК5. Здатність розробляти рекомендації щодо</p>

	<p>удосконалення асортименту та якості продукції.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження ринків та презентувати результати.</p> <p>СК7. Здатність формувати ціну та коригувати її відповідно до впливу кон'юктурних змін.</p> <p>СК8. Здатність реалізовувати заходи щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності на вітчизняних та міжнародних ринках.</p> <p>СК9. Здатність вивчати запити споживачів та враховувати їх у маркетинговій діяльності.</p> <p>СК10. Здатність забезпечувати ефективну реалізацію товарів в оптовій та роздрібній мережах.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати інформацію щодо стану конкуренції на вітчизняних та зарубіжних ринках, вивчати стан конкуренції та дії конкурентів на ринку.</p> <p>СК12. Здатність аналізувати стан кон'юктури товарного ринку.</p> <p>СК13. Здатність проведення критичного аналізу оцінки впливу (внутрішнього та зовнішнього) середовища на функціонування та потенціал розвитку підприємства.</p> <p>СК14. Здатність здійснювати сегментування ринків та розробляти програми позиціонування продукції.</p> <p>СК15. Здатність застосовувати маркетинговий стратегічний аналіз, обирати та впроваджувати маркетингові стратегії.</p> <p>СК17. Здатність застосовувати системи методів та алгоритмів управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.</p> <p>СК18. Здатність управління інноваційною діяльністю підприємства на основі впровадження маркетингових технологій.</p>
6.	Результати навчання
	<p>Р1. Демонструвати набуті знання, визначати взаємозв'язки між соціально-економічними явищами та процесами.</p> <p>Р2. Демонструвати розуміння ринкових процесів та явищ на основі фундаментальних економічних знань та особливості професійної діяльності маркетолога.</p>

- P3. Демонструвати навички професійної комунікації в усній та письмовій формах державною та іноземною мовами, розуміти наукові та професійні тексти.
- P4. Виконувати функціональні обов'язки в групі та командно взаємодіяти.
- P5. Використовувати методи та прийоми роботи з інформацією (збір, обробка, зберігання, передача) за допомогою технічних засобів і засобів поширення інформації.
- P6. Досліджувати тенденції та виявляти перспективи розвитку підприємств, організацій, ринків.
- P7. Відслідковувати найновіші досягнення в професійній сфері, генерувати ідеї та критично їх аналізувати.
- P8. Дотримуватись етичних норм поведінки та соціально відповідальної поведінки
- P9. Демонструвати повагу до культурних цінностей, досягнень науки та соціальну відповідальність.
- P10. Застосовувати набуті теоретичні знання у розв'язанні практичних питань маркетингу та управлінської діяльності .
- P11. Збирати та опрацьовувати первинну та вторинну інформацію, перевіряти достовірність інформації, застосовувати відповідне програмне забезпечення.
- P12. Визначати мету та цілі маркетингової діяльності суб'єкта ринку, формувати його маркетингову програму, систему дій, обґрунтовувати доцільність залучених ресурсів.
- P13. Організовувати маркетингову діяльність, прогнозувати та планувати розвиток підприємства, організації із врахуванням невизначеності маркетингового середовища.
- P14. Досліджувати кон'юнктуру товарних ринків, ідентифікувати та оцінювати кон'юнктурні фактори впливу.
- P15. Здійснювати маркетингові дослідження ринку, обґрунтовувати та представляти їх результати .
- P16. Організувати та впровадити комунікаційні функції маркетингу, визначати ефективність системи маркетингових комунікацій.

	<p>P17. Використовувати сучасні підходи до управління асортиментом товарів, обирати та комплексно використовувати інструменти товарної політики.</p> <p>P18. Формувати систему ціноутворення на підприємстві та оцінювати її ефективність.</p> <p>P19. Оцінювати ефективність використання ресурсів, ефективність маркетингової діяльності в системі управління.</p> <p>P20. Відповідати за результати власної діяльності та виявляти навички до підприємництва та управлінські ініціативи.</p>
7.	Ресурсне забезпечення реалізації програми
Кадрове забезпечення	<p>Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми є штатними співробітниками ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації.</p> <p>До навчального процесу можливе залучення фахівців-практиків від підприємств, установ, організацій, а також професійних асоціацій та об'єднань для викладання окремих дисциплін</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Відповідає 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</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>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</p>
8.	Основні компоненти освітньої програми
	<p>Перелік компонент освітньо-професійної програми наведено в розділі 4.</p>

9.	Академічна мобільність
Національна кредитна мобільність	Національна академічна мобільність може здійснюватися відповідно до угод ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» та закладів – партнерів.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться згідно чинного законодавства.
10.	Форми атестації здобувачів вищої освіти
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота ставить за мету визначення загального та професійного рівнів претендента шляхом контролю його знань та вмінь, оцінку здатності самостійно проводити аналіз поставленої задачі, формулювати мету, завдання та висновки, подавати письмово та усно матеріал роботи та представляти результати під час публічного захисту. Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи, процедура перевірки на плагіат, порядок та вимоги до оприлюднення регламентується внутрішніми документами й положеннями вищого навчального закладу
Вимоги до публічного захисту (демонстрації)	Захист здійснюється перед атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань
Вимоги до державного кваліфікаційного іспиту	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.
Атестація здобувачів	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників. Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Вона працює у

	строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти бакалавр із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу
11.	Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти
Принципи та процедури забезпечення якості освіти	Визначаються положенням про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм	Визначаються положенням про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти	Визначаються положенням про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників	Визначаються Положенням «Про стажування та підвищення кваліфікації наукових, педагогічних і науково-педагогічних працівників ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу	Визначається вимогами до матеріально-технічного забезпечення
Наявність інформаційних	Визначається положенням про організацію освітнього процесу та розробку основних

систем для ефективного управління освітнім процесом	документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» публікується на сайті університету та кафедри менеджменту і маркетингу для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, роботодавців та громадськості.

3. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Цикл загальної підготовки			
1.1.Обов'язкові дисципліни			
ОК 1.	Історія України	3	залік
ОК 2.	Історія української культури	3	залік
ОК 3.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
ОК 4.	Філософія	3	залік
ОК 5.	Фізична культура		
Всього за п. 1.1		12	
1.2. Вибіркові дисципліни			
1.2.1. Дисципліни за вибором ВНЗ			
ВК 6.	Іноземна мова ІІ	9	залік, екзамен
Всього по п. 1.2.1		9	
1.2.2. Дисципліни вільного вибору студента			
ВК 7.	Трудове право	3	залік
ВК 8.	Підприємницьке право	3	залік
ВК 9.	Основи теорії системного аналізу	3	залік
ВК 10.	Оптимізаційні методи і моделі в маркетингу	3	залік
ВК 11.	Бізнес-планування	3	залік
ВК 12.	Маркетингове планування	3	залік
Всього по п.1.2.2		9	
Всього по п.1.2.		18	
Разом за циклом п.1		30	
2. Цикл професійної підготовки			

2.1.Обов'язкові дисципліни			
2.1.1. Теоретична підготовка			
ОК 13.	Вища та прикладна математика	9	залік, екзамен
ОК 14.	Статистика	6	екзамен
ОК 15.	Інформаційні системи та технології	6	залік, екзамен
ОК 16.	Економічна теорія	9	залік, екзамен
ОК 17.	Історія економіки та економічних вчень	3	екзамен
ОК 18.	Економетрика	3	залік
ОК 19.	Економічна інформатика	6	залік
ОК 20.	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 21.	Міжнародна економіка	3	екзамен
ОК 22.	Менеджмент	3	екзамен
ОК 23.	Міжнародний маркетинг	3	екзамен
ОК 24.	Маркетинг	9	залік, екзамен
ОК 25.	Маркетинг промислового підприємства	6	екзамен
ОК 26.	Маркетинг послуг	3	екзамен
ОК 27.	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ОК 28.	Логістика	6	залік, екзамен
ОК 29.	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ОК 30.	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 31.	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 32.	Поведінка споживача	6	екзамен
Всього по п.2.1.1.		108	
2.1.2. Практична підготовка			
ОК 33.	Навчальна практика	3	диференційований залік
ОК 34.	Виробнича практика	9	диференційований залік
ОК 35.	Курсова робота “Маркетинг”	3	диференційований залік
ОК 36.	Курсова робота “Маркетингове ціноутворення”	3	диференційований залік
ОК 37.	Атестація	3	
ОК 38.	Бакалаврська робота	9	
Всього по п.2.1.2.		30	
Всього по п.2.1.		138	
2.2. Вибіркові дисципліни			
2.2.1. Дисципліни за вибором ВНЗ			
ВК 39.	Політологія	3	залік
ВК 40.	Безпека життєдіяльності і цивільний захист	3	залік
ВК 41.	Вступ до спеціальності	6	екзамен
ВК 42.	Основи наукових досліджень	3	екзамен
ВК 43.	Державне та регіональне управління	3	залік
ВК 44.	Управління соціально-економічним розвитком регіону	3	залік
Всього по п. 2.2.1.		21	
2.2.2. Дисципліни вільного вибору студента			
ВК 45.	Електронна комерція	3	залік
ВК 46.	Маркетинг бізнесу	3	залік
ВК 47.	Інфраструктура товарного ринку	3	залік
ВК 48.	Товарознавство	3	залік

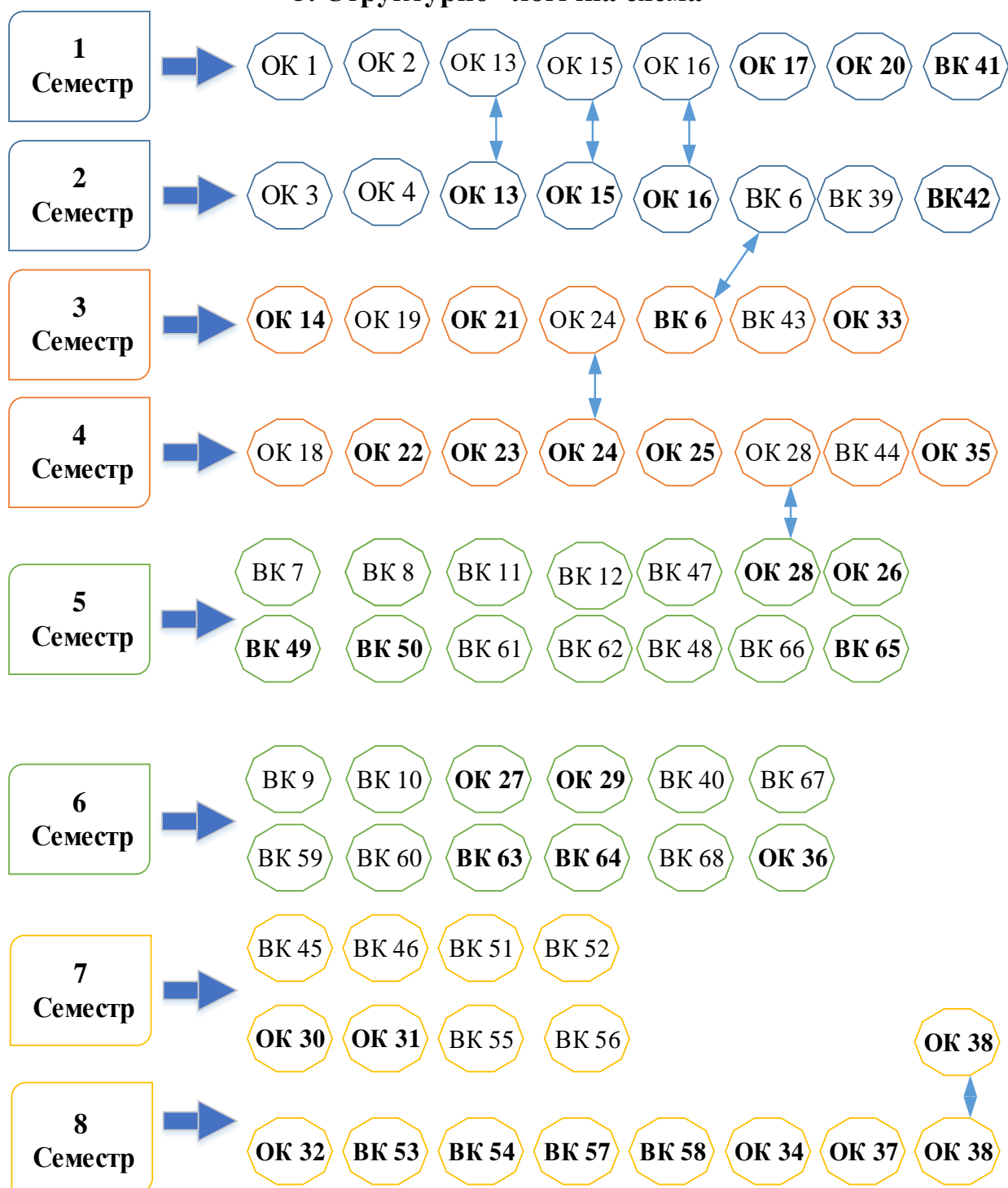
ВК 49.	Економіка малого і середнього бізнесу	6	екзамен
ВК 50.	Основи дизайну та копірайтинг	6	екзамен
ВК 51.	Реклама і стимулювання збуту	3	залік
ВК 52.	Корпоративна соціальна відповідальність	3	залік
ВК 53.	Захист прав споживачів	6	екзамен
ВК 54.	Експертиза товарів	6	екзамен
ВК 55.	Офісний менеджмент	6	екзамен
ВК 56.	Управління конкурентоспроможністю підприємства	6	екзамен
ВК 57.	Маркетинг банку	3	залік
ВК 58.	Маркетинг територій	3	залік
ВК 59.	Антикризове управління	3	залік
ВК 60.	Міжнародний менеджмент	3	залік
ВК 61.	Регіональний менеджмент	3	залік
ВК 62.	Організація підприємницької діяльності	3	залік
ВК 63.	Облік і аудит	6	екзамен
ВК 64.	Облік і оподаткування	6	екзамен
ВК 65.	Фінанси, гроші і кредит	6	екзамен
ВК 66.	Страхування	6	залік
ВК 67.	Соціальний маркетинг	3	залік
ВК 68.	Маркетинг інновацій	3	залік
Всього по п. 2.2.2.		51	
Всього по п. 2.2.		72	
Разом за циклом 2		210	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:		240	

4. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

4.1. Обов'язкові компоненти

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	
P 1	+	+				+	+		+	+															+	+	+	+	+	+	+	
P 2							+	+	+	+				+			+							+			+	+	+	+	+	+
P 3		+	+										+						+						+		+	+	+	+	+	+
P 4			+		+								+		+												+	+	+	+	+	+
P 5								+			+	+												+	+		+	+	+	+	+	+
P 6						+	+		+		+			+		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+
P 7				+				+				+			+	+	+		+								+	+	+	+	+	+
P 8															+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+
P 9	+	+								+				+		+									+	+	+	+	+	+	+	+
P 10				+						+					+		+	+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+
P 11							+	+			+	+					+	+	+	+				+			+	+	+	+	+	+
P 12																+	+	+	+	+		+	+		+		+	+	+	+	+	+
P 13														+	+	+	+	+	+	+		+	+					+	+	+	+	+
P 14																		+	+			+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
P 15																			+		+			+		+		+	+	+	+	+
P 16			+										+												+	+		+	+	+	+	+
P 17																					+							+	+	+	+	+
P 18																	+						+					+	+	+	+	+
P 19															+	+		+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+
P 20																	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+

5. Структурно –логічна схема



OK - Обов'язкова компонента - залік

OK - Обов'язкова компонента - **екзамен**

BK - Вибіркова компонента - залік

BK - Вибіркова компонента - **екзамен**