

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

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«Маркетинг»**  
Перший (бакалаврський) рівень

за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Кваліфікація: Бакалавр маркетингу



**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНО РАДОЮ**  
Голова вченої ради Цепенда І.Є.  
протокол № 1-К/202125256 від «26» 02 2019 р.

Освітня програма вводиться в дію з 22.04 2019 р.  
Ректор Цепенда І.Є.

м. Івано-Франківськ 2019 р.




ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ  
освітньо-професійної програми

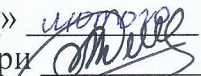
ЗАПРОПОНОВАНО:

Гарант освітньої програми  доц. Копчак Ю.С.

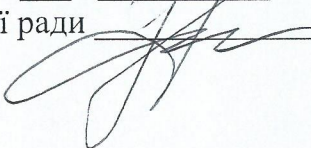
Члени робочої групи  проф. Романюк М.Д.

 доц. Шурпа С.Я.

ВНЕСЕНО:

Кафедра менеджменту і маркетингу  
Протокол від «20» лютого 2019 р. № 7  
Завідувач кафедри  Ткач О.В.

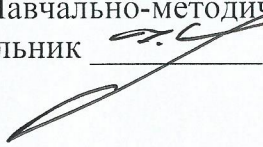
ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою економічного факультету  
Протокол від «22» лютого 2019 р. № 5  
Голова вченої ради  Благун І.С.

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказ ректора від «22» квітня 2019 р. № 43/06-12-С

ВВЕДЕНО У ДІЮ З:

«22» квітня 2019 р.  
Навчально-методичний відділ  
Начальник  Солонець І. Ф.

## ПЕРЕДМОВА

У ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» провадиться з 1998 року. За відсутності стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», ОП «Маркетинг» підготовки бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено відповідно до Наказу МОН України №1151 від 06.11.2015р. «Про затвердження переліку галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затверджено Вченою Радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (протокол №7 від 30.08.2016 р.) та введено в дію Наказом ректора університету №47/06-12-з від 30.08.2016р.

ОП встановлювала нормативний зміст навчання, вимогу до змісту, обсягу та рівня освітньо-професійної підготовки бакалавра з спеціальності «Маркетинг». Програмою визначено перелік навчальних дисциплін циклів загальної та професійної підготовки (в тому числі практичної підготовки та вибіркових дисциплін), кількість кредитів ECTS (240) та обсяг годин.

Після затвердженого МОН України Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ № 1343 від 05.12.2018 р.), у 2019 році, на основі цього Стандарту, було розроблено ОП «Маркетинг», також врахувавши бачення стейхолдерів.

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Вона заснована на компетентністному підході підготовки бакалаврів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Освітньо-професійну програму розроблено проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

<b>Проектна група спеціальності 075 «Маркетинг»</b>			
<b>№</b>	<b>ПІБ</b>	<b>Посада</b>	<b>Науковий ступінь, звання</b>
1.	Копчак Юрій Степанович (гарант)	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	Кандидат економічних наук, доцент
2.	Романюк Михайло Дмитрович	професор кафедри менеджменту і маркетингу	Доктор економічних наук, професор

3	Шурпа Світлана Ярославівна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	Кандидат економічних наук, доцент
<b>Залучені стейкхолдери</b>			
№	ПІБ	Приналежність стейкхолдерів (здобувач вищої освіти, випускник, роботодавець, зацікавлена сторона тощо)	
1.	Король Роман Олегович	Роботодавець, директор з маркетингу ТОВ «Надія»	
2.	Гулей Мар'яна Василівна	Здобувач програми	
3.	Кубарич Тарас Володимирович	Підприємець, випускник програми	

## 1. ВСТУП

Відповідно до ст. 1 "Основні терміни та їх визначення" Закону України "Про вищу освіту": освітня програма - система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

- розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;
- розроблення засобів оцінювання (ідентифікація компетентностей та вимірювання результатів навчання) якості вищої освіти;
- внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки здобувачів;
- атестації здобувачів;
- акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю (спеціалізації за наявності);
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів спеціальності.

Освітня програма враховує вимоги Закону України "Про вищу освіту", Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 і встановлює: обсяг та термін навчання бакалаврів; загальні компетентності; спеціальні компетентності; програмні результати навчання; перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми; вимоги до структури навчальних дисциплін.

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі вищої освіти, які навчаються у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»;
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку бакалаврів з спеціальності 075 «Маркетинг»;
- екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг»;
- приймальна комісія ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»;
- стейкхолдери.

## 2. НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Закон України «Про вищу освіту».  
<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341.  
<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

3. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 "Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти".

4. Стандарт вищої освіти. Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Ступінь «бакалавр». Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг». Київ, 2018.- 14с.

5. Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010", затверджений наказом Держспоживстандарту від 28.07.2010 р. №327 зі змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 16.08.2012 року № 923.

6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

7. Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-ta-rozrobku-osnovnykh-dokumentiv-z-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu-v-DVNZ-%C2%ABPrykarpatskyi-natsionalnyi-universytet-imeni-Vasylia-Stefanyka%C2%BB.pdf>

### 3. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ БАКАЛАВРА

	Загальна інформація
<b>Повна назва навчального закладу та структурного</b>	Державний вищий навчальний заклад «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» Економічний факультет Кафедра менеджменту і маркетингу
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Назва галузі знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Назва спеціальності</b>	075 Маркетинг
<b>Офіційна назва програми</b>	Освітньо–професійна програма «Маркетинг» першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»
<b>Акредитуюча інституція</b>	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
<b>Тип диплому та обсяг програми</b>	Одиничний ступінь. 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)
<b>Цикл/рівень</b>	Перший (бакалаврський)рівень вищої освіти: FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL - 6 рівень, НРК - 6 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта / диплом молодшого спеціаліста / диплом молодшого бакалавра. Умови вступу визначають правила прийому до ДВНЗ
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Очне (денне) або заочне (дистанційне)
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська

<b>Освітня кваліфікація</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність - 075 «Маркетинг» Освітня програма - Маркетинг
<b>1</b>	<b>Мета (ціль) освітньої програми</b>
	Програма розроблена відповідно до стратегії та місії університету, спрямована на формування системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, здатних забезпечити ефективне виконання випускником завдань маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища та фахового вдосконалення у контексті глобальних тенденцій розвитку та світових цінностей.
<b>2</b>	<b>Характеристика програми</b>
<b>Предметна область, напрям</b>	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: формування системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, здатних забезпечити ефективне виконання випускником завдань маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища та фахового вдосконалення у контексті глобальних тенденцій розвитку та світових цінностей. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу, як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.
<b>Орієнтація програми</b>	Освітньо-професійна. Програма орієнтує на вивчення сукупності актуальних теоретичних та практичних питань у сфері маркетингу, забезпечує формування повного комплексу фахових компетенцій для ефективної маркетингової діяльності та можливість подальшого професійного зростання



<p><b>Особливості та відмінності</b></p>	<p>Особливість програми ОП 075 «Маркетинг» полягає у синергії фахової підготовки, формування практичних навиків та здатності випускника до швидкої адаптації в умовах турбулентного середовища для розв'язання завдань маркетингу різних видів економічної діяльності.</p> <p>Особливість освітньої програми досягається переліком навчальних компонент, вивчення яких забезпечується досягнення цілей навчання, формування відповідних компетентностей та програмних результатів</p>
<p><b>3</b></p>	<p><b>Придатність до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Фахівець - маркетолог базового рівня здатний виконувати роботу в розрізі професійних груп та професійних назв робіт відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010):</p> <p>1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі Завідувач підприємства роздрібною торгівлі Завідувач ринку Керівник торговельно-економічної місії</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)</p> <p>1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання Начальник відділу зовнішньої кооперації Начальник відділу матеріально-технічного постачання</p> <p>1312 Керівники малих підприємств без апарату управління в промисловості Директор (керівник) малого підприємства</p> <p>1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі Директор (керівник) малої торговельної фірми Керуючий магазином Комерсант</p> <p>1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.) Керуючий агентством (страховим, торговельним,</p>

	<p>нерухомості, рекламним і т. ін.)</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>Економіст із збуту</p> <p>Консультант з маркетингу</p> <p>Логіст</p> <p>Професіонал з інноваційної діяльності</p> <p>Рекламист</p> <p>Фахівець з державних закупівель</p> <p>Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>Фахівець із якості</p>
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжувати навчання за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти
<b>4</b>	<b>Викладання та оцінювання</b>
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання.</p> <p>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 ресурсів системи дистанційної освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</p>
<b>Система оцінювання</b>	<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>
<b>5</b>	<b>Програмні компетентності</b>

<b>Інтегральна компетентність</b>	<p>Бакалавр (НРК - рівень б)</p> <p>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.</p>
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>

<p><b>Спеціальні компетентності (СК)</b></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані (фахові) знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p><b>6</b></p>	<p><b>Програмні результати навчання</b></p>
	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння</p>

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.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.



	<p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 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.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>7</b>	<b>Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>
<b>Кадрове забезпечення</b>	<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>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально - виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі.</p>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>Офіційний сайт університету <a href="https://pnu.edu.ua/">https://pnu.edu.ua/</a>, сайт кафедри <a href="https://kmim.pnu.edu.ua/">https://kmim.pnu.edu.ua/</a>.</p> <p>Навчальний процес забезпечується інформаційними, навчальними, методичними ресурсами, платформою дистанційного навчання</p>

	<p><a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a>, електронний репозитарій  <a href="http://lib.pu.if.ua:8080/">http://lib.pu.if.ua:8080/</a>, корпоративна пошта.  Матеріали оновлюються на адаптуються до цілей освітньої програми. Функціонують комп'ютерні класи, наукова бібліотека університету та читальні зали <a href="http://lib.pnu.edu.ua/">http://lib.pnu.edu.ua/</a>, соціальна інфраструктура, спортивні зали, студентський простір «Параграф»</p>
<b>8</b>	<b>Основні компоненти освітньої програми</b>
	Перелік компонент освітньо-професійної програми наведено в розділі 4.
<b>9</b>	<b>Академічна мобільність</b>
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна академічна мобільність може здійснюватись відповідно до угод ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» та закладів – партнерів.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на згідно чинного законодавства.

#### 4. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

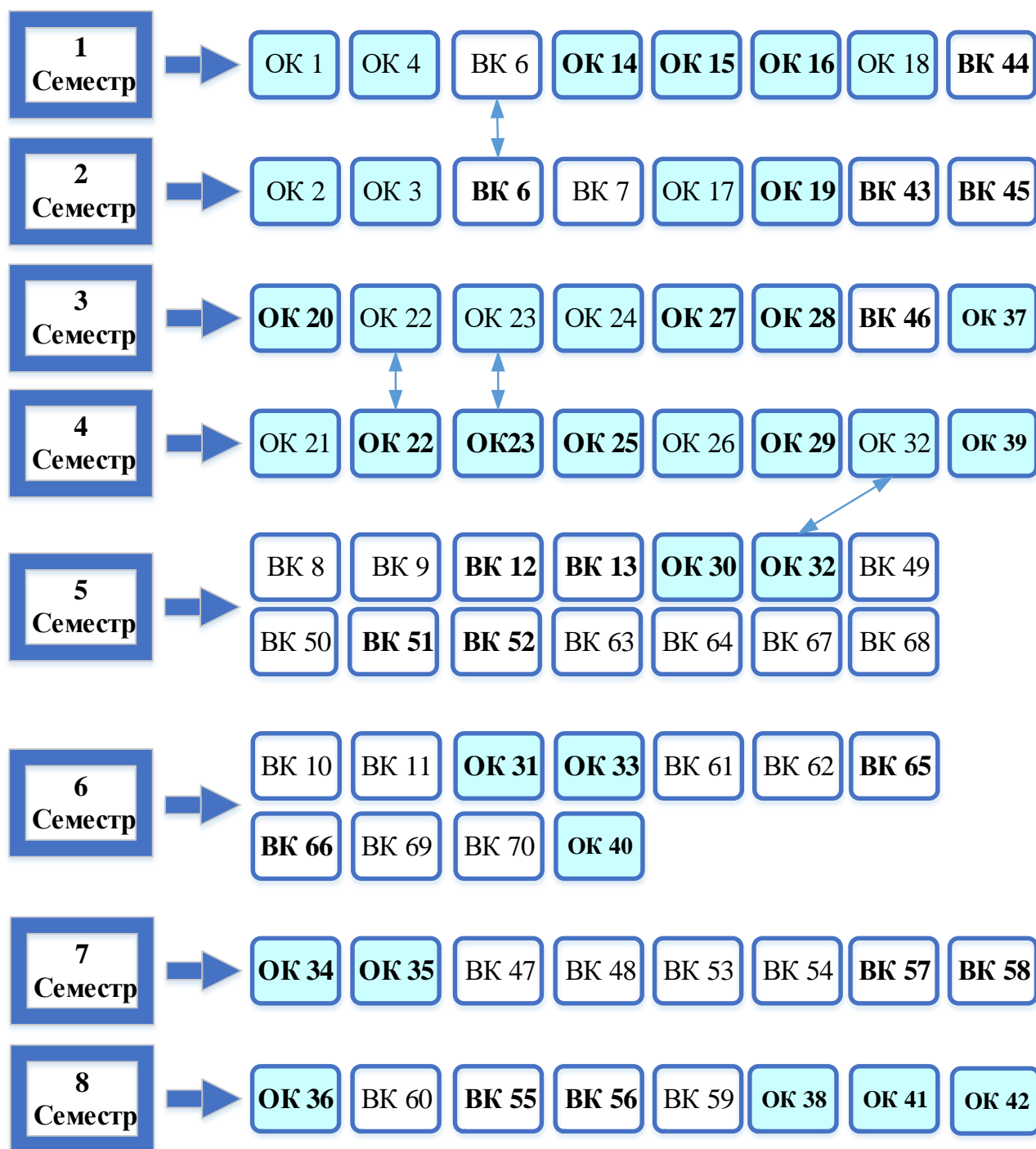
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. Цикл загальної підготовки</b>			
<b>1.1. Обов'язкові дисципліни</b>			
ОК 1.	Історія України	3	залік
ОК 2.	Історія української культури	3	залік
ОК 3.	Філософія	3	залік
ОК 4.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
ОК 5.	Фізична культура		
<b>Всього за п. 1.1</b>		<b>12</b>	
<b>1.2. Вибіркові дисципліни</b>			
<b>1.2.1. Дисципліни за вибором ВНЗ</b>			
ВК 6.	Іноземна мова І	6	залік, екзамен
ВК 7.	Політологія	3	залік
<b>Всього по п. 1.2.1</b>		<b>9</b>	
<b>1.2.2. Дисципліни вільного вибору студента</b>			
ВК 8.	Державне та регіональне управління	3	залік
ВК 9.	Іноземна мова ІІ	3	залік
ВК 10.	Іноземна мова ІІ	3	залік
ВК 11.	Управління соціально-економічних розвитком регіону	3	залік
ВК 12.	Бізнес-планування	3	екзамен
ВК 13.	Економіка малого і середнього бізнесу	3	екзамен
<b>Всього по п.1.2.2</b>		<b>9</b>	
<b>Всього по п.1.2.</b>		<b>18</b>	
<b>Разом за циклом п.1</b>		<b>30</b>	
<b>2. Цикл професійної підготовки</b>			
<b>2.1. Обов'язкові дисципліни</b>			
<b>2.1.1. Теоретична підготовка</b>			
ОК 14.	Політекономія	3	екзамен
ОК 15.	Вища математика	6	екзамен
ОК 16.	Економічна інформатика	3	екзамен
ОК 17.	Дослідження операцій	3	залік
ОК 18.	Мікроекономіка	3	залік
ОК 19.	Макроекономіка	3	екзамен
ОК 20.	Фінанси	3	екзамен
ОК 21.	Інвестування	3	залік
ОК 22.	Менеджмент	6	залік, екзамен
ОК 23.	Маркетинг	9	залік, екзамен
ОК 24.	Статистика	3	залік

ОК 25.	Облік і оподаткування	3	екзамен
ОК 26.	Міжнародний маркетинг	3	залік
ОК 27.	Управління господарською діяльністю підприємства	6	екзамен
ОК 28.	Міжнародні економічні відносини	6	екзамен
ОК 29.	Маркетинг промислового підприємства	6	екзамен
ОК 30.	Маркетинг послуг	3	екзамен
ОК 31.	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 32.	Логістика	6	екзамен
ОК 33.	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ОК 34.	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 35.	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 36.	Поведінка споживача	6	екзамен
<b>Всього по п.2.1.1.</b>		<b>18</b>	
<b>2.1.2. Практична підготовка</b>			
ОК 37.	Навчальна практика	3	диференційований залік
ОК 38.	Виробнича практика	9	диференційований залік
ОК 39.	Курсова робота з Маркетингу	3	диференційований залік
ОК 40.	Курсова робота з Маркетингового ціноутворення	3	диференційований залік
ОК 41.	Атестація	3	екзамен
ОК 42.	Підготовка бакалаврської роботи	9	публічний захист
<b>Всього по дисциплінах п.2.1.2.</b>		<b>30</b>	
<b>Всього по п.2.1.</b>		<b>138</b>	
<b>2.2.Вибіркові дисципліни</b>			
<b>2.2.1. Дисципліни за вибором ВНЗ</b>			
ВК 43.	Психологія	6	екзамен
ВК 44.	Вступ до спеціальності	6	екзамен
ВК 45.	Основи наукових досліджень	3	екзамен
ВК 46.	Соціологія	3	екзамен
<b>Всього по дисциплінах 2.2.1.</b>		<b>21</b>	
<b>2.2.2. Дисципліни вільного вибору студента</b>			
ВК 47.	Електронна комерція	3	залік
ВК 48.	Маркетингове планування	3	залік
ВК 49.	Інфраструктура товарного ринку	3	залік
ВК 50.	Товарознавство	3	залік
ВК 51.	Інтерактивний маркетинг	6	екзамен
ВК 52.	Основи дизайну та копірайтинг	6	екзамен
ВК 53.	Реклама і стимулювання збуту	3	залік
ВК 54.	Корпоративна соціальна відповідальність	3	залік
ВК 55.	Захист прав споживачів	6	екзамен
ВК 56.	Експертиза товарів	6	екзамен
ВК 57.	Паблік рілейшинз	6	екзамен
ВК 58.	Управління конкурентоспроможністю підприємства	6	екзамен
ВК 59.	Маркетинг банку	3	залік
ВК 60.	Оцінка ефективності маркетингових рішень	3	залік
ВК 61.	Маркетинговий аудит	3	залік
ВК 62.	Світові товарні ринки	3	залік

БК 63.	Управління продажами	3	залік
БК 64.	Мерчандайзинг	3	залік
БК 65.	WEB-маркетинг: SMM	6	екзамен
БК 66.	Управління маркетинговими ризиками	6	екзамен
БК 67.	WEB-маркетинг: SEO	6	залік
БК 68.	Маркетинг територій	6	залік
БК 69.	Соціальний маркетинг	3	залік
БК 70.	Маркетинг інновацій	3	залік
<b>Всього по п. 2.2.2.</b>		<b>51</b>	
<b>Всього по п. 2.2.</b>		<b>72</b>	
<b>Разом за циклом 2</b>		<b>210</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:</b>		<b>240</b>	



## 5. СТРУКТУРНО ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ (ОП)



## 6.МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

### 6.1.Обов'язкові компоненти

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	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	ОК 39	ОК 40	ОК 41	ОК 42
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	+	+	+												+			+										+	+	+	+	+	+	+

(Продовження)

**6.МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

**6.2. Варіативні компоненти**

	БК 6	БК 7	БК 8	БК9,10	БК 11	БК 12	БК 13	БК 43	БК 44	БК 45	БК 46	БК 47	БК 48	БК 49	БК 50	БК 51	БК 52	БК 53	БК 54	БК 55	БК 56	БК 57	БК 58	БК 59	БК 60	БК 61	БК 62	БК 63	БК 64	БК 65	БК 66	БК 67	БК 68	БК 69	БК 70			
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		+			+			+			+									+	+		+	+										+	+		+	

## 7. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів вищої освіти - це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей.

Атестація випускників спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачою документів встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням освітньої кваліфікації: бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

<b>Форма атестації</b>	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не допускається академічний плагіат, фальсифікація та списування.</p>
<b>Вимоги до державного кваліфікаційного іспиту</b>	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.
<b>Атестація здобувачів</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення закладу вищої освіти приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали</p>

	участь в її засіданні. Атестація здійснюється відкрито і публічно.
--	---

## **8. ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Система внутрішнього забезпечення якості вищої визначається Положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» та складається з таких процедур і заходів, передбачених законом «Про вищу освіту»:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.