

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»

підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради  Іван ПАРУБЧАК
(протокол № 10 від «30» червня 2025 р.)

Освітня програма вводить в дію з 1.09.2025 р.

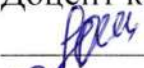
В.о. ректора  Іван ПАРУБЧАК
(наказ № 10 від «30» червня 2025 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

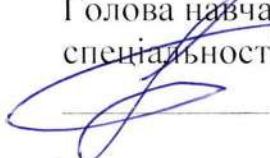
Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність

Перший (бакалаврський)
D Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Доцент кафедри маркетингу
 Леся БАБИЧ
«04» 06 2025 р.

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією
спеціальності D5 Маркетинг
Протокол № 7 від «04» 06 2025 р.
Голова навчально-методичної комісії
спеціальності
 Ярослав БЕРЕЗІВСЬКИЙ

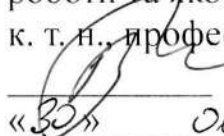
РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою
факультету менеджменту, бізнесу та
публічного адміністрування
Протокол № 9 від «11» 06 2025 р.
Голова навчально-методичної ради
факультету
 Мирослава БОБК

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету
менеджменту, бізнесу та публічного
адміністрування
Протокол № 6 від «12» 06 2025 р.
Голова вченої ради факультету
 Олег ГРИМАК

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи та якості освіти,
к. т. н., професор
 Віталій БОЯРЧУК
«30» 06 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи та цифровізації,
к. вет. н., доцент
 Ігор ДВИЛЮК
«30» 06 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг та бізнес-аналітика» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право розроблено на основі Стандарту вищої освіти України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, проектною групою у складі::

1. Бабич Леся Володимирівна – керівник проектної групи (гарант освітньої програми), к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
2. Березівський Ярослав Петрович – к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри маркетингу;
3. Дорош-Кізим Мар'яна Михайлівна – к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
4. Грабовський Роман Стефанович – к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
5. Лимар Василина Михайлівна – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗОВНІШНІЮ АПРОБАЦІЮ

А. Рецензії

1. Флейчук М.І., д.е.н., професорка кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету.

2. Макаренко Н.О., д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету.

3. Матвеев М.Е., к.е.н., доцент, директор ННІ Бізнесу, менеджменту та маркетингу, та Кульчицька Е.А., к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу та логістики Національного лісотехнічного університету України.

4. Решетнікова О.В., к.е.н., доцентка кафедри маркетингу Полтавського державного аграрного університету

В. Відгуки представників ринку праці

1. Вуйцик І.М., керівник Львівської аграрної палати.

2. Урбан В.І., менеджер з оптової торгівлі ТзОВ «КОМО Україна».

3. Гураль О.О., менеджер з продажу ПрАТ «Компанія Ензим».

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З.Гжицького Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Тип програми	Освітньо-професійна
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг та бізнес-аналітика
Тип диплому	Диплом бакалавра, одиничний
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Форми здобуття освіти, кількість кредитів ЄКТС та розрахункові строки виконання освітньої програми	Основними формами здобуття вищої освіти є: інституційна (очна, заочна), дуальна. 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців на базі повної загальної середньої освіти; 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців на базі ступеня «фаховий молодший бакалавр»; 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»).
Передумови	Повна загальна середня освіта, або ступінь вищої освіти «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст») чи «фаховий молодший бакалавр» Решта вимог визначаються Правилами прийому до Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького.
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До наступного планового оновлення, але не більше за період акредитації
Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	–
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://lvet.edu.ua/index.php/navchalna-robota/osvitni-prohramy.html

2. Мета (цілі) освітньої програми

Мета – підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної професійної діяльності у сфері маркетингу та бізнес-аналітики.

Цілі:

- формування високоосвіченої, національно свідомої та гармонійно розвиненої особистості, здатної зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства, діяти соціально відповідально та свідомо, дотримуючись принципів доброчесності та верховенства права для сталого розвитку громадянського суспільства;
- підготовка фахівців з маркетингу та бізнес-аналітики, здатних критично аналізувати ринкові процеси та поведінку споживачів; проводити маркетингові дослідження та використовувати аналітичні інструменти для обробки великих масивів даних; розробляти та впроваджувати інноваційні маркетингові стратегії розвитку бізнесу в умовах цифрової трансформації; здійснювати ефективну професійну діяльність з використанням сучасних методів, інструментів та технологій маркетингу і бізнес-аналітики.

3. Характеристика освітньої програми

Опис предметної області	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг, освітня програма «Маркетинг та бізнес-аналітика». <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 фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної професійної діяльності у сфері маркетингу та бізнес-аналітики <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу та бізнес-аналітики як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності та бізнес-аналітики. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію. Професійні акценти зроблено на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
Основний фокус програми	Спеціальна освіта в предметній області маркетингу з поглибленим вивченням інструментів та методів бізнес-аналізу. <i>Ключові слова:</i> ринок, потреби споживача, маркетинг, маркетингові дослідження, інформаційні системи та технології в маркетингу, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, система маркетингових комунікацій.
Особливості програми	Програма ґрунтується на сучасних поняттях, категоріях, концепціях і принципах теорії маркетингу та бізнес-аналітики, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Практичне навчання реалізується з використанням реальних кейсів, сучасних програмних продуктів і цифрових платформ. Активно залучаються фахівці-практики для проведення семінарів, тренінгів та

	майстер-класів. Формування професійних hard skills у межах дисциплін маркетингового та аналітичного спрямування поєднується з розвитком soft skills, зокрема комунікаційних умінь, навичок командної роботи, ведення переговорів і ефективної презентації результатів діяльності, що відповідає вимогам сучасного ринку праці
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з Національним класифікатором України «Класифікатор видів економічної діяльності КВЕД ДК 009:2010» фахівці, які здобули освіту за освітньою програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика» можуть займатись такими видами діяльності: 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування; 73.11 Рекламні агентства; 73.12 Посередництво в розміщуванні реклами в засобах масової інформації; 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки; 74.90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у. 62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем; 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у.; 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок; 58.19 Інші види видавничої діяльності; 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність; 98.20 Діяльність домашніх господарств як виробників послуг для власного споживання. Згідно з Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010» випускники можуть працювати за професіями: 1233. Директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, менеджер (управитель) з збуту постачання, менеджер (управитель) із збуту, менеджер (управитель) із зав'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 2122.2 Економіст-статистик (прикладна статистика); 2419.2 Економіст із збуту, консультант з маркетингу, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 3419 Організатор із збуту; 3434 Асистент економіста-статистика; 3436 Помічник керівника відділу маркетингу.
Подальше навчання	Продовження навчання за програмами 7 рівня НРК, другого циклу QF-EHEA, 7 рівня EQF-LLL для здобуття освітнього ступеня магістра, професійного вдосконалення та набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, змішані форми навчання, навчання на основі досліджень Викладання проводиться у формі: лекцій, семінарів, практичних занять та практик. Значна частина навчального матеріалу вивчається у формі самостійної роботи на основі підручників, посібників, консультацій із викладачами, використання Інтернет-ресурсів та віртуального навчального середовища на платформі Moodle.

Оцінювання	Письмові та усні складові екзаменів та заліків, захист звітів з практики та курсових робіт, атестаційний екзамен.
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.
Загальні компетентності	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. <i>Компетентності визначені ЗВО</i> ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. ЗК16. Здатність до забезпечення необхідного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на

	результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. <i>Компетентності визначені ЗВО</i> СК15. Здатність застосовувати економіко-математичні методи, статистичні та прогнозні моделі для прийняття маркетингових рішень. СК16. Здатність здійснювати системний аналіз маркетингового середовища та результатів діяльності підприємства з використанням сучасних методів, інструментів і технологій маркетингової аналітики для обґрунтування управлінських рішень та підвищення ефективності бізнесу. СК17. Здатність виявляти потенційні ризики бізнесу та розробляти заходи їх мінімізації на основі даних
--	--

7. Програмні результати навчання

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати
--

маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	
P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	
P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	
P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
<i>Практичні результати визначені ЗВО</i>	
P19. Застосовувати методи статистичного аналізу, економіко-математичного моделювання для прогнозування ринкових тенденцій та поведінки споживачів.	
P20. Уміти збирати, обробляти та аналізувати великі масиви маркетингових і бізнес-даних із використанням сучасних інструментів бізнес-аналітики.	
P21. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміти застосовувати їх у професійній діяльності.	
P22. Обґрунтовувати підходи до забезпечення життя, здоров'я та захисту працівників.	

8. Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми

Кадрове забезпечення	Якісний склад науково-педагогічних працівників, що забезпечують освітньо-професійну програму, відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 у чинній редакції. Усі науково-педагогічні працівники за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються. Понад 90% викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та в процесі організації навчального процесу залучаються фахівці-практики з досвідом роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Проведення навчальних занять та контрольних заходів забезпечене відповідними приміщеннями, площа яких перевищує встановлені норми. Більше половини навчальних аудиторій забезпечено стаціонарним мультимедійним обладнанням. 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.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторських розробок професорсько-викладацького складу. На вебсайті університету розміщена інформація про ліцензії та сертифікати про акредитацію; навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін; графік освітнього процесу; навчальні плани; робочі програми дисциплін;

	навчально-методичне забезпечення з кожної дисципліни навчального плану; програма виробничої практики. Необхідні навчальні матеріали подаються у віртуальному середовищі Moodle.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється відповідно до «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького» на основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького та університетами України. Університет переводить здобувачів вищої освіти з інших ЗВО України за спеціальністю D5 Маркетинг з перезарахуванням дисциплін у межах кредитно-трансферної системи. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до академічної довідки згідно з «Положенням про порядок перезарахування (зарахування) навчальних дисциплін чи інших компонентів навчального плану у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького».
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького та навчальними закладами країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність можлива шляхом участі у програмах проєкту Еразмус +.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах після вивчення курсу української мови згідно з «Правилами прийому до Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького».

[illegible]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ОК 37.	Навчальна практика з інформаційних технологій та комп'ютерної підтримки маркетингу	3						x			Захист звіту
ОК 38.	Виробнича практика	6								x	Захист звіту
ОК 39.	Підготовка до атестаційного екзамену	3								x	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		171									
Вибіркові компоненти											
ВК 1.	Вибіркова компонента 1	3			x						Залік
ВК 2.	Вибіркова компонента 2	3			x						Залік
ВК 3.	Вибіркова компонента 3	3			x						Залік
ВК 4.	Вибіркова компонента 4	3			x						Залік
ВК 5.	Вибіркова компонента 5	3				x					Залік
ВК 6.	Вибіркова компонента 6	3				x					Залік
ВК 7.	Вибіркова компонента 7	3				x					Залік
ВК 8.	Вибіркова компонента 8	3				x					Залік
ВК 9.	Вибіркова компонента 9	3					x				Залік
ВК 10.	Вибіркова компонента 10	3					x				Залік
ВК 11.	Вибіркова компонента 11	3					x				Залік
ВК 12.	Вибіркова компонента 12	3					x				Залік
ВК 13.	Вибіркова компонента 13	3						x			Залік
ВК 14.	Вибіркова компонента 14	3						x			Залік
ВК 15.	Вибіркова компонента 15	3						x			Залік
ВК 16.	Вибіркова компонента 16	3						x			Залік
ВК 17.	Вибіркова компонента 17	3							x		Залік
ВК 18.	Вибіркова компонента 18	3							x		Залік
ВК 19.	Вибіркова компонента 19	3							x		Залік
ВК 20.	Вибіркова компонента 20	3							x		Залік
ВК 21.	Вибіркова компонента 21	3								x	Залік
ВК 22.	Вибіркова компонента 22	3								x	Залік
ВК 23.	Вибіркова компонента 23	3								x	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент		69									
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	30	30	30	30	30	30	30	30	
Базова загальновійськова підготовка (БЗВП)*		3			x						Диференційований залік

* Відповідно до статті 10¹ Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу» та «Порядку проведення базової загальновійськової підготовки (БЗВП) громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734, базову підготовку проходять громадяни України чоловічої статі (жіночої статі - добровільно), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти. Від проходження базової підготовки звільняються громадяни, які: визнані за станом здоров'я непридатними до військової служби; до набуття громадянства України пройшли військову службу в інших державах; проходили військову службу; мають сертифікат про проходження базової підготовки та здобуття військово-облікової спеціальності.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

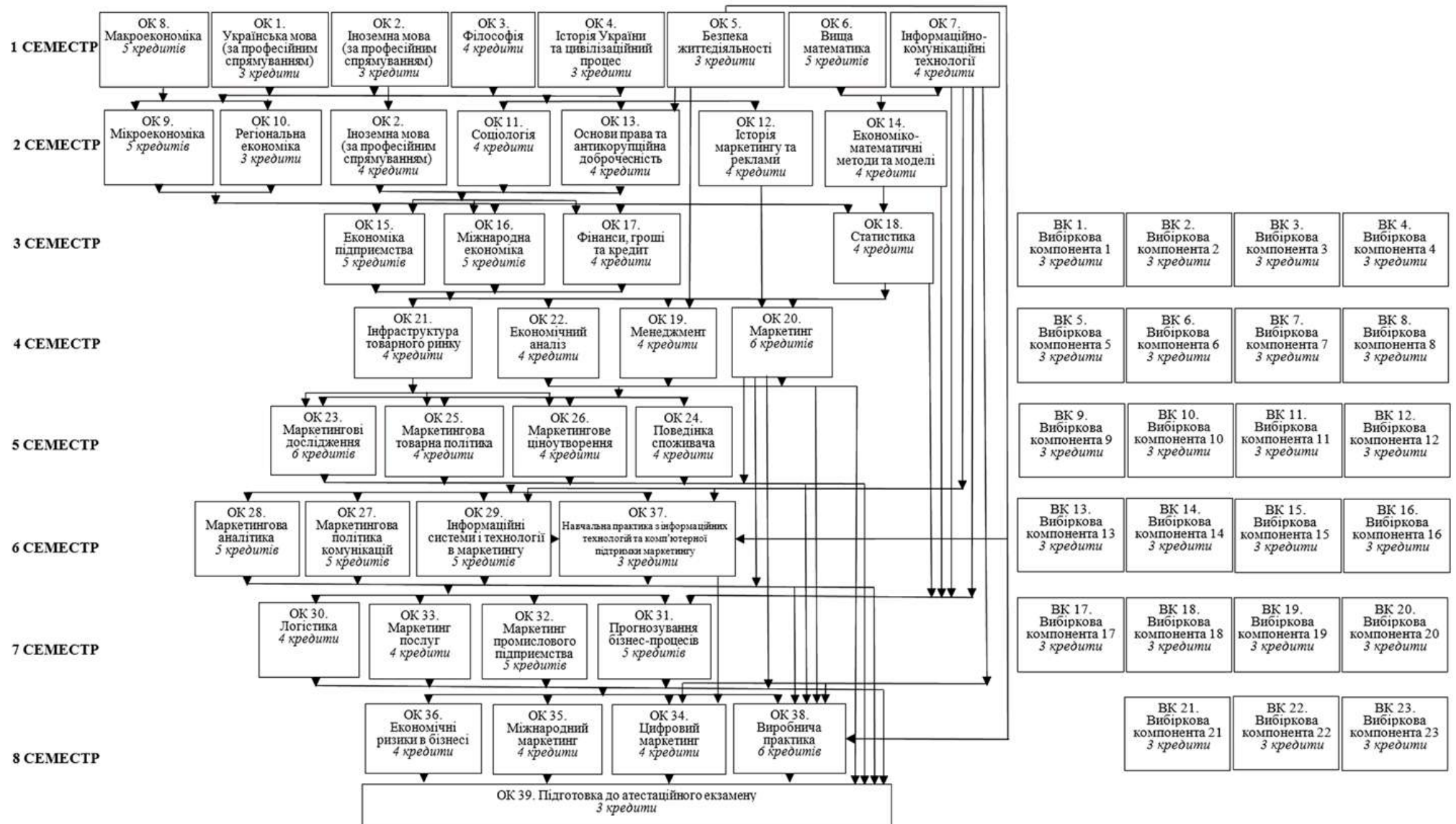


Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

3. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У університеті функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті університету;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення та забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

4. Атестація

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену. Екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою.

**5. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньо-професійної програми**

Код навчальної компоненти	Компоненти	Інтегральна	Програмні компетентності																																	
			Загальні																Спеціальні (фахові)																	
			ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15	СК16	СК17	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
ОК 1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	+												+					+																	
ОК 3.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+										+	+	+	+				+																	
ОК 3.	Філософія	+	+	+	+	+				+			+			+	+		+	+			+	+												
ОК 4.	Історія України та цивілізаційний процес	+	+	+		+																														
ОК 5.	Безпека життєдіяльності	+	+	+					+				+			+		+																		
ОК 6.	Вища математика	+			+	+				+											+		+	+				+		+			+			
ОК 7.	Інформаційно-комунікаційні технології	+				+					+	+	+										+				+									
ОК 8.	Макроекономіка	+	+					+		+				+							+								+	+						
ОК 9.	Мікроекономіка	+						+		+				+							+								+	+						
ОК 10.	Регіональна економіка	+	+							+				+															+							
ОК 11.	Соціологія	+	+			+	+	+					+	+		+							+						+							
ОК 12.	Історія маркетингу та реклами	+		+				+											+	+																
ОК 13.	Основи права та антикорупційна доброчесність	+	+											+		+	+																			
ОК 14.	Економіко-математичні методи та моделі	+								+	+										+		+				+		+			+				
ОК 15.	Економіка підприємства	+												+															+		+					
ОК 16.	Міжнародна економіка	+													+														+							

Закінчення таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
OK 17.	Фінанси, гроші та кредит	+												+															+		+					
OK 18.	Статистика	+								+											+			+							+		+			
OK 19.	Менеджмент	+					+							+																	+					
OK 20.	Маркетинг	+		+			+	+								+				+	+	+				+	+		+			+				
OK 21.	Інфраструктура товарного ринку	+						+	+	+					+					+	+	+		+				+		+						
OK 22.	Економічний аналіз	+												+										+										+		
OK 23.	Маркетингові дослідження	+			+				+	+	+						+			+		+	+	+		+	+			+		+				
OK 24.	Поведінка споживача	+							+											+		+	+		+				+			+				
OK 25.	Маркетингова товарна політика	+					+		+											+		+	+		+	+					+					
OK 26.	Маркетингове ціноутворення	+					+		+											+		+	+		+	+	+					+				
OK 27.	Маркетингова політика комунікацій	+					+		+											+		+	+		+	+	+					+				
OK 28.	Маркетингова аналітика	+								+														+											+	
OK 29.	Інформаційні системи і технології маркетингу	+								+	+	+									+			+				+								
OK 30.	Логістика	+							+		+			+																		+				
OK 31.	Прогнозування бізнес-процесів	+			+					+											+												+			
OK 32.	Маркетинг промислового підприємства	+		+			+	+						+						+	+	+		+					+		+					
OK 33.	Маркетинг послуг	+							+											+		+	+			+					+					
OK 34.	Цифровий маркетинг	+						+	+		+											+	+			+		+			+					
OK 35.	Міжнародний маркетинг	+							+						+					+		+	+			+										
OK 36.	Економічні ризики в бізнесі	+												+																						+
OK 37.	Навчальна практика з інформаційних технологій та комп'ютерної підтримки маркетингу	+				+				+	+										+			+				+								
OK 38.	Виробнича практика	+							+				+				+					+	+		+	+						+				
OK 39.	Підготовка до атестаційного екзамєну	+						+	+											+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

**6. Матриця відповідності програмних результатів навчання
компонентам освітньо-професійної програми**

Код навчальної компоненти	Компоненти	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
OK 1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)										+							+					
OK 2.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)										+						+	+					
OK 3.	Філософія										+					+		+	+				
OK 4.	Історія України та цивілізаційний процес															+						+	+
OK 5.	Безпека життєдіяльності					+				+						+			+				+
OK 6.	Вища математика		+		+																		
OK 7.	Інформаційно- комунікаційні технології				+			+															
OK 8.	Макроекономіка		+	+							+							+	+				
OK 9.	Мікроекономіка		+	+							+							+	+				
OK 10.	Регіональна економіка				+	+										+							
OK 11.	Соціологія				+						+			+		+							+
OK 12.	Історія маркетингу та реклами	+																					
OK 13.	Основи права та антикорупційна добросесність															+			+			+	
OK 14.	Економіко- математичні методи та моделі		+		+			+		+										+			
OK 15.	Економіка підприємства			+	+									+									
OK 16.	Міжнародна економіка				+	+										+							
OK 17.	Фінанси, гроші та кредит		+		+																		
OK 18.	Статистика		+		+						+												
OK 19.	Менеджмент				+					+	+			+									
OK 20.	Маркетинг	+	+				+		+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+	
OK 21.	Інфраструктура товарного ринку		+		+							+								+	+	+	
OK 22.	Економічний аналіз				+																		
OK 23.	Маркетингові дослідження	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+			+		+			+	+	+	
OK 24.	Поведінка споживача	+	+	+		+	+		+		+	+					+			+			
OK 25.	Маркетингова товарна політика	+	+	+			+				+	+			+		+			+	+		
OK 26.	Маркетингове ціноутворення	+	+	+			+		+	+	+	+			+		+			+		+	
OK 27.	Маркетингова політика комунікацій	+	+	+			+		+		+	+			+		+			+			
OK 28.	Маркетингова аналітика	+			+		+																
OK 29.	Інформаційні системи і технології в маркетингу		+		+			+	+											+			
OK 30.	Логістика				+						+	+			+						+	+	

