

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ**

першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

Професійна кваліфікація: Фахівець у сфері маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки

Голова Вченої ради

_____/_____/

(протокол №__ від «__» _____ 2021 р.

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з__ 2021 р.

Ректор _____ Анатолій ЦЬОСЬ

(наказ №__ від «__» _____ 2021 р.

Луцьк – 2021

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки бакалаврів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою ВНУ імені Лесі Українки у складі:

1. Данилюк Т.І. – кандидат економічних наук, доцент, гарант освітньо-професійної програми;
2. Шостак Л.В. – кандидат економічних наук, доцент;
3. Лялюк А.М. – кандидат економічних наук, доцент.

Рецензії та відгуки роботодавців, стейкхолдерів:

- 1.
- 2.

Освітньо-професійна програма погоджена вченою радою факультету економіки та управління (протокол № __ від _____ р.), схвалена науково-методичною комісією факультету (протокол № __ від _____ р.) та затверджена Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № __ від _____ р.).

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітньо-професійну програму регулюється Порядком формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, затвердженим Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-професійної програми

Голова науково-методичної
комісії факультету економіки

та управління _____

С. І. Бегун

Протокол № _____ від «_____» _____ 2021 р.

Завідувач кафедри підприємництва

і маркетингу _____

К.В. Павлов

Протокол № _____ від «_____» _____ 2021 р.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 – «МАРКЕТИНГ»

1. Загальна інформація	
Заклад вищої освіти	Волинський національний університет імені Лесі Українки, факультет економіки та управління, кафедра підприємництва і маркетингу
Ступінь вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Фахівець у сфері маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, 240 кредитів ЄКТС, загальний термін навчання – 3 роки 10 місяців. Перший рівень вищої освіти.
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	На базі повної загальної середньої освіти
Мова викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	2020-2024 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньо-професійної програми	
2. Мета освітньо-професійної програми «Маркетинг»	
Надати теоретичні знання та практичні уміння і навички, достатні для успішного виконання професійних обов'язків зі спеціальності 075 «Маркетинг» та підготувати студентів для подальшого працевлаштування за обраною спеціальністю.	
3. Характеристика освітньо-професійної програми «Маркетинг»	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>07 Управління та адміністрування</p> <p>075 Маркетинг</p> <p>Освітньо-професійна програма «Маркетинг»</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та</p>

	<p>спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Програма передбачає оволодіння базовими знаннями щодо маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Програма спрямована на надання знань в сфері маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом та понятійно-категорійного апарату, принципів, функцій, концепцій маркетингу та їх історичних передумов. Програма орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції. Програма вивчає специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків, змісту маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Освітньо-професійна програма ґрунтується на методології та фундаментальних засадах науки, а також на результатах сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу.</p>
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p>Освітньо-професійна програма передбачає здобуття поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок у сфері маркетингу, опанування загальними засадами методології наукової та професійної діяльності, набуття інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингова політика ціноутворення, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу та збуту, маркетингові дослідження, маркетинговий аналіз.</p>
Особливості програми	<p>Програма передбачає надання знань та навичок з маркетингової діяльності, принципів та методів дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища, методикою оцінки конкурентоспроможності.</p> <p>Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасних умов ведення діяльності підприємства. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань. Формує фахівців з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати існуючі методи маркетингового дослідження. Виконується в активному дослідницькому середовищі та передбачає узгоджену взаємодію освітньої та виробничої сфери з підготовки бакалаврів маркетингу в рамках організаційно-відмінних форм навчання. Програма є мобільною за програмою «Подвійний диплом».</p>

4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування

Випускники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, обіймати керівні посади, працювати в консалтингових компаніях, в проектних організаціях, в банківських установах, в страхових компаніях, наукових та освітніх закладах, на підприємствах де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, збуту та виробництва, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків тощо.

Фахівець, підготовлений до роботи за освітньою програмою 075 «Маркетинг», може залучатись до таких видів економічної діяльності (за КВЕД-2010, КВЕД-2012, КВЕД-2013, КВЕД-2014, КВЕД-2015, КВЕД-2016):

G Оптова та роздрібна торгівля

J 62.02 Консультування з питань інформатизації

J 62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем

J 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність

J 63.12 Веб-портали

J 63.91 Діяльність інформаційних агентств

J 63.99 Надання інших інформаційних послуг.

M 70.10 Діяльність головних управлінь (хед-офісів)

M 70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю

M 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування

M 71.20 Технічні випробування та дослідження

M 72.1 Дослідження й експериментальні розробки у сфері природничих і технічних наук

M 72.19 Дослідження й експериментальні розробки у сфері інших природничих і технічних наук

M 73.11 Рекламні агентства

M 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації

M 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки

74.13.0 «Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки»

M 74.9 Інша професійна, наукова та технічна діяльність

O 84.11 Державне управління загального характеру

O 84.21 Міжнародна діяльність

S 94.12 Діяльність професійних громадських організацій

S 94.20 Діяльність професійних спілок

S 94.99 Діяльність інших громадських організацій

U 99.00 Діяльність екстериторіальних організацій і органів

Фахівець здатний виконувати зазначену професійну роботу (ДК 003:2010):

1233 Керівники підрозділів маркетингу

1233 Начальник відділу збуту (маркетингу)

1314 Комерсант

2419.2 Консультант з маркетингу

2419.2 Логіст

	2419.2 Рекламист 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Економіст із ціноутворення 3413 Торговець (власність) 3415 Агент комерційний 3415 Мерчендайзер 3415 Представник торговельний 3415 Торговець комерційний 3415 Торговець промисловий 3419 Інспектор торговельний 3419 Інспектор-товарознавець 3419 Організатор з постачання 3419 Організатор із збуту 3419 Товарознавець 3421 Торговельний брокер (маклер) 3422 Експедитор 3422 Експедитор транспортний 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3429 Ревізор комерційний 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 3436.1 Помічник керівника підприємства (установи, організації) 3436.2 Помічник керівника виробничого підрозділу 3436.2 Помічник керівника іншого основного підрозділу 3436.3 Помічник керівника малого підприємства без апарату управління 3449 Державний інспектор з ринкового нагляду 3449 Інспектор державний з якості товару та торгівлі
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за освітньо-науковою програмою ступеня магістра за іншими освітніми програмами та спеціальностями у сфері післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання лекційних та практичних занять, на яких відбувається постановка і розв'язування проблем, виконання проєктів, дослідницькі лабораторні роботи, навчальна та виробнича практики, науково-дослідні роботи. Тренінги (ділові ігри, виробничі ситуації з роботою в командах, мозкові атаки, тренінги з продажу та маркетингу), самостійна робота (підготовка рефератів, презентацій, робота з кейсами, складання пояснювальних записок, коментарів, участь у наукових конференціях та олімпіадах, консультації з викладачами, виконання індивідуальних завдань, курсових робіт).
Оцінювання	Поточний контроль, письмові та усні заліки, екзамени, державна атестація.
6. Перелік компетентностей випускника	
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 (ЗК)	<p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професії:</p> <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>
Загальні компетентності визначені ЗВО	<p>ЗК15. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК16. Здатність виявляти знання та розуміння основ функціонування сучасної економіки на мікрорівні.</p> <p>ЗК17. Здатність виявляти знання та розуміння основ функціонування сучасної економіки на макрорівні.</p> <p>ЗК18. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.</p> <p>ЗК19. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p> <p>ЗК20. Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення професійних задач.</p> <p>ЗК21. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p>
Фахові компетентності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати</p>

<p>Фахові компетентності визначені ЗВО</p>	<p>положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ФК15. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.</p> <p>ФК16. Здатність застосовувати основи обліку в професійній діяльності.</p> <p>ФК17. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області у сфері фінансів для вирішення управлінських завдань.</p> <p>ФК18. Здатність проводити фінансовий та економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання.</p>
<p>7. Програмні результати навчання</p>	
<p>Програмні результати навчання (ПРН)</p>	<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання</p>

<p>Програмні результати навчання визначені ЗВО</p>	<p>необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПРН19. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.</p>
---	--

	<p>ПРН20. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.</p> <p>ПРН21. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.</p> <p>ПРН22. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.</p> <p>ПРН23. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.</p> <p>ПРН24. Знати і розуміти особливості економіки підприємств та використовувати набуті знання у практичній діяльності.</p> <p>ПРН25. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.</p> <p>ПРН26. Знати основи обліку та оподаткування у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН27. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем та використовувати набуті знання у практичній діяльності.</p> <p>ПРН28. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	100 % науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання циклу дисциплін, що забезпечують спеціальні (фахові) компетентності бакалавра, мають наукові ступені (вчені звання)
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпечення, відповідно до ліцензійних умов, навчальними корпусами, приміщеннями для науково-педагогічних працівників, сучасною науковою бібліотекою, гуртожитками, що об'єднані у студентське містечко, спортивними спорудами (спортивно-оздоровчий комплекс, 12 спортивних залів, відкриті спортивні майданчики, 2 стадіони (у т.ч. «Спортивне «Ядро»). У приміщеннях навчальних корпусів працюють 8 їдалень та буфетів на 560 посадкових місць. Функціонує ботанічний сад, агробіостанція, музеї, бази відпочинку, центр культури та дозвілля.</p> <p>Площі приміщень, що використовуються у навчальному процесі, відповідають санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки. Усі лекційні аудиторії пристосовані до використання мультимедійної техніки. Використання спеціалізованого програмного забезпечення:</p> <p>Проектор мультимедійний Epson EB – X7 LCD, Графопроєктор Литер 2250, Екран Sopar 180 *180 Проектор Sony VPL – CS 6 Екран Sopar «Snow White», Проект 3м Мультимедійна дошка CANON LV – X 300.</p>

	Наявна база для проведення навчальних польових практик–табір «Гарт» (на 252 місця) на озері Світязь в межах Шацького природного національного природного парку.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle та Teams ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок науково-педагогічних працівників. Використання інституційного репозитарію ВНУ імені Лесі Українки.</p> <p>Освітньо-професійна програма й програми (силабуси) навчальних дисциплін постійно переглядаються та вдосконалюються. Інформація щодо навчально-методичного забезпечення дисциплін оприлюднена на сайті факультету.</p> <p>Наявна бібліотека, загальною площею 6790,3 м², з них читальні зали – 1835,7 м² на 652 місця та загальним фондом 838 554 примірники. Читальні зали є зоною Wi-Fi. Перелік фахових періодичних видань – 15, електронних фахових–6. Функціонує університетський електронний репозитарій. Електронний каталог бібліотеки містить понад 470 тис. записів і доступний онлайн в режимі 24/7. Для навчальних цілей в університеті використовуються 27 комп’ютерних лабораторій Центру інноваційних технологій та комп’ютерного тестування загальною площею 1136м². Усі комп’ютери Центру (375 одиниць) об’єднані у корпоративну мережу з підключенням до глобальної мережі Internet. Парк комп’ютерної техніки університету налічує понад 1200 одиниць. Використання сучасного програмного забезпечення: Google Maps, Google Earth MS Windows, MS Office, QGIS.</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність забезпечується взаємним співробітництвом, обміном студентами та професорсько-викладацьким складом кафедри підприємництва і маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк).
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Національна кредитна мобільність забезпечується двостороннім договором про взаємне співробітництво, обмін студентами та професорсько-викладацьким складом між Вищою Школою Економіки та Інновацій міста Любліна (Республіка Польща), гуманітарно-природничим університетом ім. Яна Длугоша в Ченстохові та Волинським національним університетом імені Лесі Українки (м. Луцьк); взаємний обмін викладачами у якості гостей професорів для читання лекцій зі спеціалізованих дисциплін строком від 2 тижнів до 1 місяця.</p> <p>Балтійсько-український академічний консорціум було створено 5 лютого 2015 р. До складу консорціуму входять: Люблінський католицький університет імені Івана Павла II (Люблін, Польща) Вища державна професійна школа (Хелм, Польща) Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки (Луцьк, Україна) Східноєвропейська мережа університетів була створена 7 грудня 2014 р. До складу міжнародного об’єднання вищих навчальних закладів входять представники університетів Польщі, Грузії, Білорусі,</p>

	Молдови й України, зокрема: Барановицький державний університет, Тбіліський державний університет ім. Сулхан-Саба Орбеліані,
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземці, які здобули вищу освіту за першим (бакалаврським) рівнем, можуть продовжити навчання за другим (магістерським) рівнем. При потребі іноземці мають можливість вивчати українську та російську мови на підготовчому відділенні ВНУ імені Лесі Українки.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Розподіл змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» за циклами

№ з/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження бакалавра (кредитів / %)		
		Нормативні компоненти освітньої програми	Вибіркові компоненти освітньої програми	Всього за весь термін навчання
1	Цикл загальної підготовки	74/41,11	-	74/30,83
2	Цикл професійної підготовки	106/58,89	-	106/44,17
3	Цикл вибірових дисциплін	-	60/100	60/25
Всього за весь термін навчання		180/75	60/25	240/100

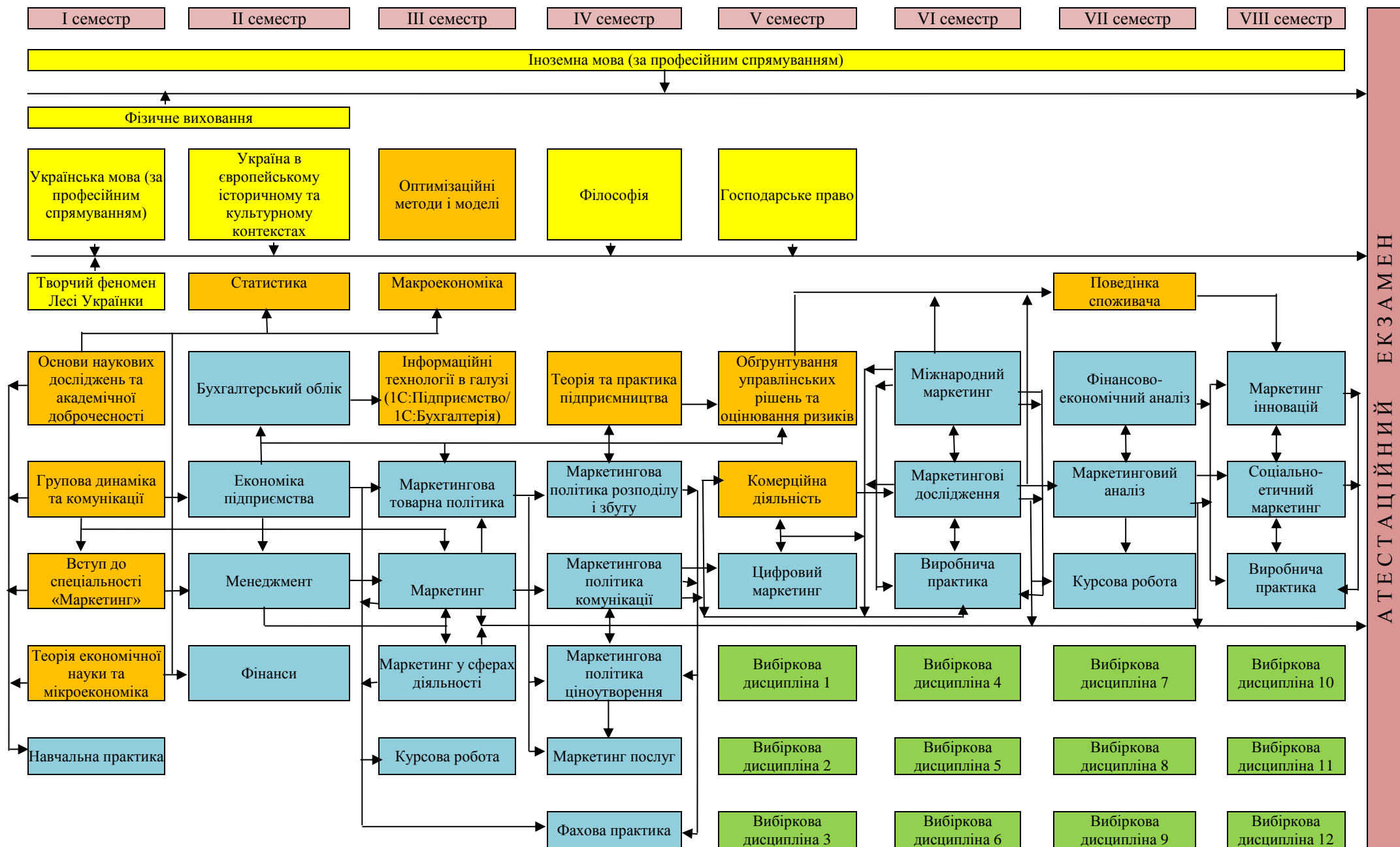
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

(ОЗ – обов’язкова дисципліна циклу загальної підготовки, ОП – обов’язкова дисципліна циклу професійної підготовки, ВД – вибірова дисципліна)

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів/годин	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОЗ.1	Україна в європейському історичному та культурному контекстах	4/120	залік
ОЗ.2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4/120	екзамен
ОЗ.3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	10/300	залік, екзамен
ОЗ.4	Філософія	2/60	залік
ОЗ.5	Інформаційні технології в галузі (ІС:Підприємство/ІС:Бухгалтерія)	4/120	екзамен
ОЗ.6	Фізичне виховання	2/60	залік
ОЗ.7	Творчий феномен Лесі Українки	2/60	залік
ОЗ.8	Господарське право	4/120	залік
ОЗ.9	Поведінка споживача	3/90	екзамен
ОЗ.10	Теорія економічної науки та мікроекономіка	5/150	екзамен
ОЗ.11	Статистика	4/120	залік
ОЗ.12	Основи наукових досліджень та академічної доброчесності	3/90	залік
ОЗ.13	Комерційна діяльність	3/90	екзамен
ОЗ.14	Групова динаміка та комунікації (тренінг)	4/120	залік
ОЗ.15	Макроекономіка	5/150	екзамен
ОЗ.16	Вступ до спеціальності «Маркетинг»	4/120	залік
ОЗ.17	Обґрунтування управлінських рішень та оцінювання ризиків	3/90	екзамен
ОЗ.18	Оптимізаційні методи і моделі	4/120	залік
ОЗ.19	Теорія і практика підприємництва	4/120	залік
Разом		74/2220	

1	2	3	4
2. Цикл професійної підготовки			
ОП.1	Менеджмент	5/150	екзамен
ОП.2	Економіка підприємства	5/150	екзамен
ОП.3	Бухгалтерський облік (загальна теорія)	5/150	екзамен
ОП.4	Фінанси	5/150	екзамен
ОП.5	Маркетингові дослідження	4/120	екзамен
ОП.6	Маркетинг	5/150	екзамен
ОП.7	Маркетингова товарна політика	4/120	екзамен
ОП.8	Маркетинговий аналіз	4/120	екзамен
ОП.9	Маркетингова політика розподілу і збуту	4/120	екзамен
ОП.10	Маркетинг інновацій	4/120	екзамен
ОП.11	Курсова робота з маркетингу та маркетингу у сферах діяльності	3/90	залік
ОП.12	Курсова робота з маркетингових досліджень та маркетингового аналізу	2/60	залік
ОП.13	Цифровий маркетинг	4/120	екзамен
ОП.14	Фінансово-економічний аналіз	4/120	екзамен
ОП.15	Маркетинг у сферах діяльності	4/120	екзамен
ОП.16	Маркетингова політика ціноутворення	4/120	екзамен
ОП.17	Міжнародний маркетинг	4/120	екзамен
ОП.18	Соціально-етичний маркетинг	4/120	екзамен
ОП.19	Маркетингова політика комунікації	4/120	екзамен
ОП.20	Маркетинг послуг	4/120	екзамен
ОП.21	Навчальна практика	6/180	залік
ОП.22	Фахова практика	6/180	залік
ОП.23	Виробнича практика	6/180	залік
ОП.24	Виробнича практика	6/180	залік
Разом		106/3180	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180/5400	
Вибіркові компоненти ОПП			
3. Цикл вибірових дисциплін			
ВД.1	Вибіркова дисципліна 1	5/150	залік
ВД.2	Вибіркова дисципліна 2	5/150	залік
ВД.3	Вибіркова дисципліна 3	5/150	залік
ВД.4	Вибіркова дисципліна 4	5/150	залік
ВД.5	Вибіркова дисципліна 5	5/150	залік
ВД.6	Вибіркова дисципліна 6	5/150	залік
ВД.7	Вибіркова дисципліна 7	5/150	залік
ВД.8	Вибіркова дисципліна 8	5/150	залік
ВД.9	Вибіркова дисципліна 9	5/150	залік
ВД.10	Вибіркова дисципліна 10	5/150	залік
ВД.11	Вибіркова дисципліна 11	5/150	залік
ВД.12	Вибіркова дисципліна 12	5/150	залік
Разом		60/1800	
Загальний обсяг вибірових компонент		60/1800	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240/7200	

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



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі здачі державного іспиту та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених освітньою програмою.

4. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТЕЙ КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

4.1. Матриця відповідності визначених стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	ЗН1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень ЗН2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів понять у навчанні та професійній діяльності	УМ1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефаківців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
1	2	3	4	5
Загальні компетентності				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
ЗК15			К1	АВ1
ЗК16	ЗН1	УМ1		
ЗК17	ЗН1	УМ1		
ЗК18		УМ1	К1	
ЗК19		УМ1	К1 К2	
ЗК20	ЗН2	УМ1		
ЗК21	ЗН2			АВ2 АВ3

1	2	3	4	5
Фахові компетентності				
ФК1	ЗН1		К1	
ФК2	ЗН2	УМ1	К1	
ФК3		УМ1	К1	
ФК4	ЗН2		К1	АВ2
ФК5	ЗН2	УМ1		
ФК6	ЗН2	УМ1	К1	
ФК7	ЗН2	УМ1	К1	
ФК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ФК9	ЗН1		К1	
ФК10	ЗН1	УМ1		
ФК11	ЗН2	УМ1	К1	
ФК12		УМ1	К2	АВ1
ФК13		УМ1	К1	АВ1
ФК14		УМ1	К1	АВ1
ФК15	ЗН1	УМ1		
ФК16	ЗН1	УМ1		
ФК17	ЗН1	УМ1		
ФК18	ЗН1			АВ3

4.2. Матриця відповідності визначених стандартом результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Компетентності																																									
		Загальні компетентності																				Фахові компетентності																					
		ЗК-1.	ЗК-2.	ЗК-3.	ЗК-4.	ЗК-5.	ЗК-6.	ЗК-7.	ЗК-8.	ЗК-9.	ЗК-10.	ЗК-11.	ЗК-12.	ЗК-13.	ЗК-14.	ЗК-15.	ЗК-16.	ЗК-17.	ЗК-18.	ЗК-19.	ЗК-20.	ЗК-21.	ФК-1.	ФК-2.	ФК-3.	ФК-4.	ФК-5.	ФК-6.	ФК-7.	ФК-8.	ФК-9.	ФК-10.	ФК-11.	ФК-12.	ФК-13.	ФК-14.	ФК-15.	ФК-16.	ФК-17.	ФК-18.			
ПРН 1.	+					+																+	+											+									
ПРН 2.	+			+			+	+	+	+					+	+	+				+				+								+			+					+		
ПРН 3.	+							+					+			+	+									+				+	+												
ПРН 4.	+								+	+					+					+	+				+			+	+								+						
ПРН 5.	+			+			+									+	+											+	+						+		+						
ПРН 6.	+			+			+	+	+							+									+	+	+	+									+	+					
ПРН 7.	+								+						+				+													+	+	+									
ПРН 8.	+			+	+		+	+										+				+				+				+	+			+									
ПРН 9.	+						+	+																						+				+	+	+							
ПРН 10.	+								+	+	+				+	+				+					+										+	+	+						
ПРН 11.	+			+			+	+				+													+			+	+		+				+	+	+	+					
ПРН 12.	+				+			+				+													+		+																
ПРН 13.	+					+									+						+										+							+					
ПРН 14.	+				+	+		+				+							+							+												+					
ПРН 15.	+	+	+										+	+																						+							
ПРН 16.	+				+		+								+											+	+										+						
ПРН 17.	+									+					+							+													+								
ПРН 18.	+	+	+											+																													
ПРН 19.	+			+			+		+			+						+			+		+		+	+	+						+										
ПРН 20.	+		+			+			+			+	+							+								+															
ПРН 21.	+								+			+	+							+		+												+	+		+						
ПРН 22.	+			+																	+				+		+																
ПРН 23.	+				+	+	+					+		+		+						+	+						+	+			+	+	+	+	+	+					
ПРН 24.	+			+			+	+								+													+														
ПРН 25.	+			+					+			+															+		+				+			+							
ПРН 26.	+			+			+			+			+									+							+										+				
ПРН 27.	+																	+																							+		
ПРН 28.	+			+			+	+									+						+										+	+							+	+	

4.3. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Дескриптори НКР	Програмні результати	Компетенції	Опис результату
1	2	3	4
Знання	ПРН 1	ЗК6, ФК1, ФК2, ФК12	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	ПРН 3	ЗК7, ЗК13, ФК 4, ФК9, ФК10, ФК16, ФК17	ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	ПРН 19	ЗК3, ЗК6, ЗК8, ЗК12, ЗК17, ЗК20, ФК1, ФК3, ФК4, ФК5, ФК10	ПРН 19. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.
	ПРН 24	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК16, ФК7	ПРН 24. Знати і розуміти особливості економіки підприємств та використовувати набуті знання у практичній діяльності.
	ПРН 26	ЗК3, ЗК6, ЗК10, ЗК13, ФК1, ФК7, ФК16	ПРН 26. Знати основи обліку та оподаткування у сфері маркетингу.
	ПРН 27	ЗК17, ФК17	ПРН 27. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем та використовувати набуті знання у практичній діяльності.
Уміння	ПРН 2	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, ЗК15, ЗК16, ЗК17, ЗК20, ФК3, ФК11, ФК14, ФК18	ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	ПРН 4	ЗК8, ЗК9, ЗК15, ЗК19, ЗК20, ФК3, ФК6, ФК7, ФК14	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	ЗК3, ЗК6, ЗК16, ЗК17, ФК6, ФК7, ФК12, ФК14	ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	ПРН 6	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК16, ФК4, ФК5, ФК6, ФК7, ФК14, ФК15	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 11	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, ФК5, ФК6, ФК8, ФК12, ФК13, ФК14, ФК15	ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	ПРН 12	ЗК4, ЗК7, ЗК11, ФК3, ФК5	ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	ПРН Р14	ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, ЗК18, ФК4, ФК14	ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
	ПРН 20	ЗК2, ЗК5, ЗК8, ЗК11, ЗК12, ЗК19, ФК6	ПРН 20. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.
	ПРН 28	ЗК3, ЗК7, ЗК8, ЗК17, ФК2, ФК9, ФК10, ФК17, ФК18	ПРН 28. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

1	2	3	4
Комунікація	ПРН 7	ЗК9, ЗК15, ЗК19, ФК10, ФК11, ФК12	ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	ПРН 10	ЗК8, ЗК9, ЗК10, ЗК15, ЗК16, ЗК19, ФК1, ФК3, ФК13, ФК14	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 17	ЗК10, ФК1, ФК12	ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
	ПРН 21	ЗК9, ЗК11, ЗК12, ЗК19, ЗК21, ФК11, ФК12, ФК14	ПРН 21. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.
Автономія і відповідальність	ПРН 8	ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК17, ФК1, ФК5, ФК9, ФК10, ФК13	ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	ПРН 9	ЗК6, ЗК7, ФК8, ФК12, ФК13, ФК14	ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	ПРН 13	ЗК5, ЗК14, ФК8, ФК14	ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	ПРН 15	ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ФК13	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.
	ПРН 16	ЗК4, ЗК6, ЗК14, ФК4, ФК5, ФК14	ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	ПРН 18	ЗК1, ЗК2, ЗК14	ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
	ПРН 22	ЗК3, ЗК20, ФК3, ФК4	ПРН 22. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.
	ПРН 23	ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК12, ЗК14, ЗК16, ЗК21, ФК1, ФК7, ФК8, ФК11, ФК12, ФК13, ФК14, ФК15	ПРН 23. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.
	ПРН 25	ЗК3, ЗК9, ЗК12, ФК 5, ФК7, ФК11	ПРН 25. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

4.4. Матриця відповідності загальних компетентностей (ЗК) компонентам освітньо-професійної програми «Маркетинг»

	ЗК-1.	ЗК-2.	ЗК-3.	ЗК-4.	ЗК-5.	ЗК-6.	ЗК-7.	ЗК-8.	ЗК-9.	ЗК-10.	ЗК-11.	ЗК-12.	ЗК-13.	ЗК-14.	ЗК-15.	ЗК-16.	ЗК-17.	ЗК-18.	ЗК-19.	ЗК-20.	ЗК-21.
ОЗ.1	+	+	+	+	+																
ОЗ.2	+	+	+	+	+							+									
ОЗ.3	+	+	+	+	+					+		+	+								
ОЗ.4	+	+	+	+	+																
ОЗ.5	+	+	+	+	+		+		+						+						
ОЗ.6	+	+	+	+	+																
ОЗ.7	+	+	+	+	+																
ОЗ.8	+	+	+	+	+									+	+	+	+				
ОЗ.9	+	+	+	+	+		+	+							+	+	+			+	
ОЗ.10	+	+	+	+	+		+								+	+					
ОЗ.11	+	+	+	+	+		+		+						+						
ОЗ.12	+	+	+	+	+		+	+						+	+						
ОЗ.13	+	+	+	+	+		+	+						+	+	+					
ОЗ.14	+	+	+	+	+		+		+			+			+			+	+		
ОЗ.15	+	+	+	+	+		+								+		+				
ОЗ.16	+	+	+	+	+	+	+								+						
ОЗ.17	+	+	+	+	+		+								+						
ОЗ.18	+	+	+	+	+		+		+						+					+	
ОЗ.19	+	+	+	+	+	+	+							+	+	+					+
ОП.1	+	+	+	+	+	+	+		+						+	+			+		
ОП.2	+	+	+	+	+	+	+								+	+					+
ОП.3	+	+	+	+	+		+		+						+	+					
ОП.4	+	+	+	+	+		+								+		+				
ОП.5	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+				+		+	+		+	
ОП.6	+	+	+	+	+	+	+								+	+			+		
ОП.7	+	+	+	+	+	+	+								+						+
ОП.8	+	+	+	+	+	+	+	+							+					+	
ОП.9	+	+	+	+	+	+	+								+						+
ОП.10	+	+	+	+	+	+	+							+	+						+
ОП.11	+	+	+	+	+	+	+	+							+						+
ОП.12	+	+	+	+	+	+	+	+							+						+
ОП.13	+	+	+	+	+	+	+								+						+
ОП.14	+	+	+	+	+		+								+					+	
ОП.15	+	+	+	+	+	+	+								+		+		+		
ОП.16	+	+	+	+	+	+	+								+						+
ОП.17	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+						
ОП.18	+	+	+	+	+	+	+	+						+	+				+		
ОП.19	+	+	+	+	+	+	+		+			+			+			+	+		+
ОП.20	+	+	+	+	+	+	+								+		+				
ОП.21	+	+	+	+	+	+	+	+							+						
ОП.22	+	+	+	+	+	+	+	+				+			+				+		+
ОП.23	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+			+				+		+
ОП.24	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+		+				+		+

4.5. Матриця забезпечення фахових компетентностей (ФК) компонентам освітньо-професійної програми «Маркетинг»

[illegible]

4.6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)

відповідними компонентами освітньо-професійної програми «Маркетинг»

	ИРН-1.	ИРН-2.	ИРН-3.	ИРН-4.	ИРН-5.	ИРН-6.	ИРН-7.	ИРН-8.	ИРН-9.	ИРН-10.	ИРН-11.	ИРН-12.	ИРН-13.	ИРН-14.	ИРН-15.	ИРН-16.	ИРН-17.	ИРН-18.	ИРН-19.	ИРН-20.	ИРН-21.	ИРН-22.	ИРН-23.	ИРН-24.	ИРН-25.	ИРН-26.	ИРН-27.	ИРН-28.
О3.1												+			+			+										
О3.2												+					+											
О3.3												+					+											
О3.4												+											+			+		
О3.5				+		+						+										+				+		+
О3.6												+																
О3.7												+																
О3.8	+					+						+			+			+										
О3.9				+		+						+			+				+	+	+		+					
О3.10				+								+							+					+				
О3.11				+		+						+								+		+						
О3.12												+								+	+		+					
О3.13				+		+						+			+				+	+	+		+	+			+	
О3.14						+						+		+						+	+							
О3.15				+								+															+	+
О3.16	+	+	+			+				+	+	+			+	+	+	+	+		+		+					
О3.17				+				+	+			+		+			+			+					+			
О3.18				+		+						+										+						+
О3.19		+		+								+	+						+	+			+	+				
ОП.1	+	+	+			+			+	+		+	+		+		+	+	+					+				
ОП.2	+	+	+			+						+	+		+		+	+					+					
ОП.3												+														+		
ОП.4												+															+	+
ОП.5	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+		+	+		+								
ОП.6	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+	+	+	+	+				+	+				
ОП.7	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+		+	+	+				+	+				
ОП.8	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+			+		+	+	+				+	+				
ОП.9	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+		+		+	+	+				+	+				
ОП.10	+	+	+	+		+	+			+	+	+			+		+	+	+			+	+	+				+
ОП.11	+	+	+	+		+				+	+	+			+		+	+	+	+	+		+	+				
ОП.12	+	+	+	+		+				+	+	+			+		+	+	+	+	+		+					
ОП.13	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+		+	+	+				+					
ОП.14				+								+															+	+
ОП.15	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+		+		+	+	+				+	+				
ОП.16	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+		+	+	+				+	+				
ОП.17	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+			+		+	+	+	+			+					
ОП.18	+	+	+	+		+				+	+	+			+		+	+	+	+	+	+						
ОП.19	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+		+		+	+	+				+	+				
ОП.20	+	+	+	+	+	+				+	+	+			+		+	+	+				+	+				
ОП.21	+	+	+			+					+	+		+	+		+	+	+	+	+		+	+				
ОП.22	+	+	+	+		+				+	+	+		+	+		+	+	+	+	+		+	+				
ОП.23	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ОП.24	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			

5. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

1. Закон України «Про освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Закон України «Про вищу освіту». URL : <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. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
4. Рівні Національної рамки кваліфікацій. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» №244 від 15.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/244-2015-п>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №266 від 29.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
7. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
8. Класифікатор професій ДК 003:2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
9. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648). URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
10. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності «075 Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343.
11. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».
12. Положення про державну екзаменаційну комісію щодо атестації осіб, які здобувають перший (бакалаврський) та другий (магістерський) рівні освіти від 11.09.20 р.
13. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки від 11.09.20 р.

14. Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки від 11.09.20 р.
15. Положення про підготовку студентів у Волинському національному університеті імені Лесі Українки з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти від 11.09.20 р.
16. Положення про проведення практики студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки від 11.09.20 р.
17. Порядок формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями денної та заочної форм навчання у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 26.02.2021 р.
18. Положення про організацію навчального процесу на першому (бакалаврському) та другому (магістерському) рівнях у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 11.09.20 р.
19. Положення про порядок формування індивідуальної траєкторії навчання студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.10.20 р.
20. Положення про порядок рекомендації навчальних, виробничо-практичних, довідкових, картографічних видань, засобів навчання і навчального обладнання до використання у навчальному процесі Волинського національного університету імені Лесі Українки від 11.09.20 р.
21. Положення про організацію вивчення навчальних дисциплін вільного вибору (блоку дисциплін вільного вибору) у Східноєвропейському національному університеті імені Лесі Українки від 02.10.2017 р.
22. Положення про підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників Східноєвропейського національного університету від 26.06.18 р.
23. Положення про розроблення, затвердження, моніторинг, перегляд та закриття освітніх програм у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 24.12.20 р.

Гарант освітньо-професійної

програми «Маркетинг»

Данилюк Т.І.