

**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**

**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. Павлов К.В. – доктор економічних наук, професор, керівник групи забезпечення;
2. Данилюк Т.І. – кандидат економічних наук, доцент, гарант освітньо-професійної програми;
3. Буняк Н.М. – кандидат економічних наук, доцент;
4. Лялюк А.М. – кандидат економічних наук, доцент.

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

Здобувачі вищої освіти:

1. Щербакова Анастасія.
2. Борсук Катерина.
3. Ковальчук Яна.
4. Янюк Дарина.

Роботодавці:

1. Хвещук Олександр, директор ТзОВ Крафтовий Молочар.
2. Ляшук Алла, фінансовий директор БК «Інвестор».
3. Ткачук Андрій, директор Управління економічного розвитку та торгівлі Волинської ОДА, заступник голови Волинського обласного координаційного комітету сприяння зайнятості.
4. Войтович Сергій, Голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу».

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.

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	-
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	https://wiki.eunu.edu.ua/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D1%96_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83
2. Мета освітньо-професійної програми Маркетинг	
Метою освітньої програми є надання теоретичних знань та формування практичних умінь і навиків для підготовки бакалаврів маркетингу, які б володіли сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
3. Характеристика освітньо-професійної програми Маркетинг	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма Маркетинг Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які здатні розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в процесі професійної діяльності у сфері маркетингу. 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>Методи, методики та технології: загальнонаукові та 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, які базуються на сучасних апаратно-програмних засобах, інформаційних технологіях, розподіленому обробленні даних у мережах, на використанні економіко-математичних методів і моделей та систем підтримки прийняття рішень, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньо-професійної програми</p>	<p>Програма передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу. 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, зміст 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>
<p>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</p>	<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>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма враховує специфіку транскордонного розташування регіону, в якому здійснюється підготовка фахівців. Така специфіка їх підготовки зумовлена проникненням на ринок Волинської області транснаціональних компаній, яким потрібні фахівці, що володіють компетентностями з використання нових технологій і методів збуту та просування продукції, управління регіональними логістичними центрами та великими оптовими базами. Тому, освітній процес ОПІ побудований на міждисциплінарному підході, залученні практиків та встановленні рівноправного партнерства роботодавців і здобувачів освіти з метою набуття останніми</p>

	практичного досвіду та їх адаптації в умовах реальної професійної діяльності.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, працювати в консалтингових компаніях, в проєктних організаціях, в банківських установах, в страхових компаніях, на підприємствах, де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, збуту та виробництва, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків тощо.</p> <p>Фахівець здатний виконувати зазначену професійну роботу (ДК 003:2010):</p> <p>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 Інспектор державний з якості товару та торгівлі</p>
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за: другим рівнем вищої освіти (FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК – 8 рівень); набуття додаткових кваліфікацій в системі 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).

<p>Програмні результати навчання, визначені ЗВО</p>	<p>обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання 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. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.</p> <p>ПРН22. Знати основи обліку та оподаткування у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН23. Знати і розуміти основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем та використовувати набуті знання у практичній діяльності.</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>Кадрове забезпечення відповідає актуальним вимогам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; – обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; – моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; – впровадження результатів стажування та наукової діяльності у освітній процес.
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 приміщеннях навчальних корпусів працюють 8 їдалень та буфетів на 560 посадкових місць. Функціонують ботанічний сад, агробіостанція, музеї, база відпочинку, табір «Гарт», центр культури та дозвілля.</p> <p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій. Є також доступ для осіб з обмеженими можливостями.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: загальноуніверситетських та кафедральних бібліотек, мережі Інтернет з вільним доступом, колекцій інституційного репозитарію ВНУ імені Лесі Українки.</p>

	<p>Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки за спеціальністю, зокрема в системі управління навчанням Moodle та Teams ВНУ імені Лесі Українки. В наявності завдання для самостійної роботи здобувачів, методичні рекомендації для виконання курсових та кваліфікаційних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь здобувачів вищої освіти за ОП Маркетинг розроблено для поточного та семестрового контролю з кожної дисципліни, а також для їх підсумкової атестації.</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та університетами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено.

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

Розподіл змісту освітньо-професійної програми Маркетинг за циклами

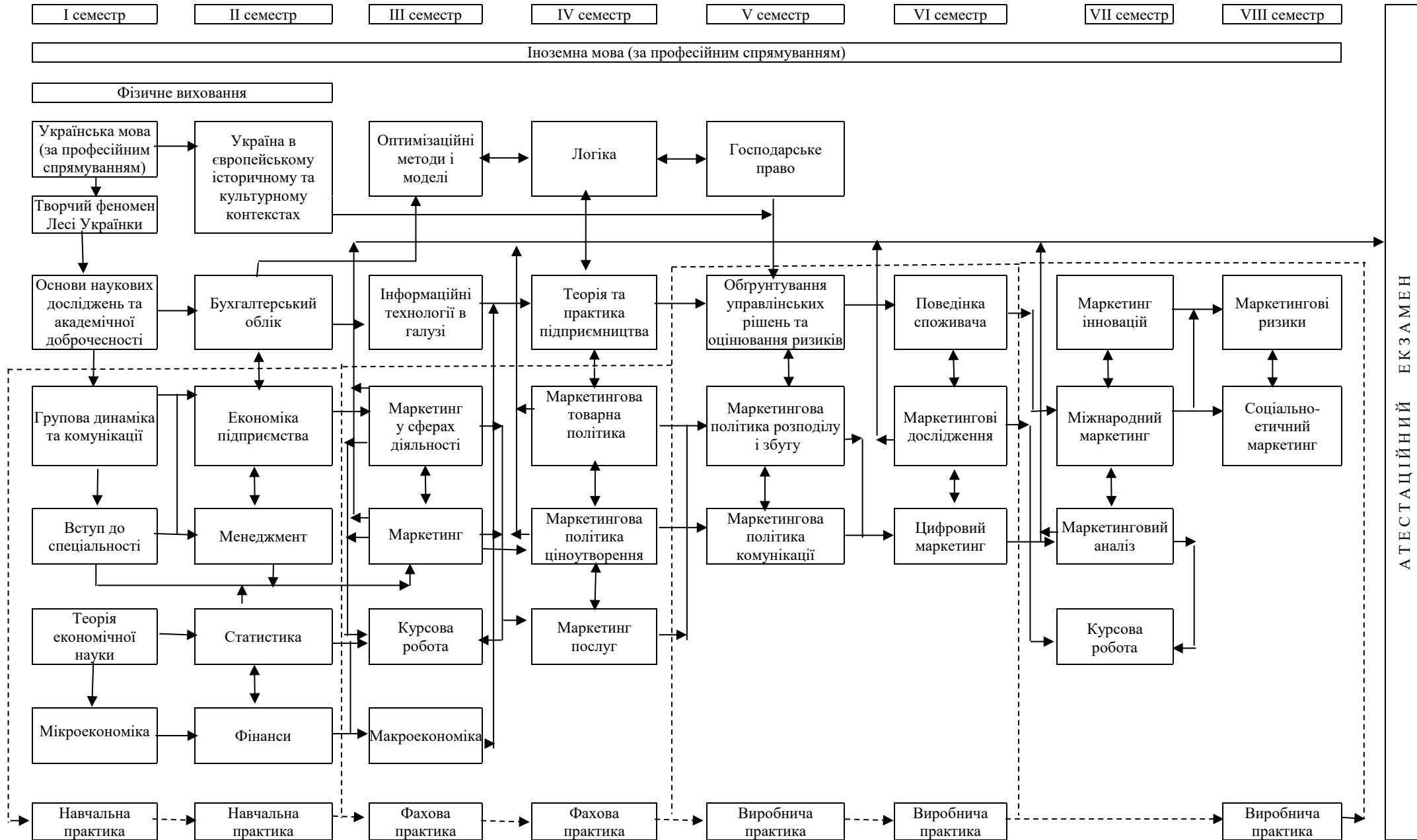
№ з/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження бакалавра (кредитів / %)		
		Нормативні компоненти освітньої програми	Вибіркові компоненти освітньої програми	Всього за весь термін навчання
1	Цикл загальної підготовки	72/40	-	72/30
2	Цикл професійної підготовки	108/60	-	108/45
3	Цикл вибіркових дисциплін	-	60/100	60/25
Всього за весь термін навчання		180/75	60/25	240/100

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми Маркетинг

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			
ОК.1	Україна в європейському історичному та культурному контекстах	3/90	залік
ОК.2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3/90	екзамен
ОК.3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12/360	залік, екзамен
ОК.4	Логіка	2/60	залік
ОК.5	Інформаційні технології в галузі	4/120	екзамен
ОК.6	Фізичне виховання	2/60	залік
ОК.7	Творчий феномен Лесі Українки	2/60	залік
ОК.8	Господарське право	4/120	залік
ОК.9	Мікроекономіка	5/150	екзамен
ОК.10	Теорія економічної науки	3/90	залік
ОК.11	Статистика	4/120	залік
ОК.12	Основи наукових досліджень та академічної доброчесності	3/90	залік
ОК.13	Групова динаміка та комунікації (тренінг)	4/120	залік
ОК.14	Макроекономіка	5/150	залік
ОК.15	Вступ до спеціальності	4/120	залік
ОК.16	Обґрунтування управлінських рішень та оцінювання ризиків	4/120	екзамен
ОК.17	Оптимізаційні методи і моделі	4/120	залік
ОК.18	Теорія і практика підприємництва	4/120	залік
Разом		72/2160	

1	2	3	4
2. Цикл професійної підготовки			
OK.19	Менеджмент	5/150	екзамен
OK.20	Економіка підприємства	4/120	екзамен
OK.21	Бухгалтерський облік (загальна теорія)	4/120	екзамен
OK.22	Фінанси	5/150	екзамен
OK.23	Маркетингові дослідження	5/150	екзамен
OK.24	Маркетинг	4/120	екзамен
OK.25	Маркетингова товарна політика	4/120	екзамен
OK.26	Маркетинговий аналіз	4/120	екзамен
OK.27	Маркетингова політика розподілу і збуту	5/150	екзамен
OK.28	Маркетингові ризики	3/90	екзамен
OK.29	Курсова робота з маркетингу та маркетингу у сферах діяльності	2/60	залік
OK.30	Курсова робота з маркетингових досліджень та маркетингового аналізу	2/60	залік
OK.31	Цифровий маркетинг	4/120	екзамен
OK.32	Міжнародний маркетинг	4/120	екзамен
OK.33	Маркетинг у сферах діяльності	4/120	екзамен
OK.34	Маркетингова політика ціноутворення	4/120	екзамен
OK.35	Маркетинг послуг	4/120	екзамен
OK.36	Поведінка споживача	4/120	екзамен
OK.37	Соціально-етичний маркетинг	3/90	екзамен
OK.38	Маркетингова політика комунікації	5/150	екзамен
OK.39	Маркетинг інновацій	4/120	екзамен
OK.40	Навчальна практика	6/180	залік
OK.41	Фахова практика	6/180	залік
OK.42	Виробнича практика	6/180	залік
OK.43	Виробнича практика	6/180	залік
OK.44	Підготовка до атестаційного екзамену	1/30	екзамен
Разом		108/3240	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180/5400	
Вибіркові компоненти ОПП			
3. Цикл вибірових дисциплін			
OK.45	Вибіркова дисципліна 1	5/150	залік
OK.46	Вибіркова дисципліна 2	5/150	залік
OK.47	Вибіркова дисципліна 3	5/150	залік
OK.48	Вибіркова дисципліна 4	5/150	залік
OK.49	Вибіркова дисципліна 5	5/150	залік
OK.50	Вибіркова дисципліна 6	5/150	залік
OK.51	Вибіркова дисципліна 7	5/150	залік
OK.52	Вибіркова дисципліна 8	5/150	залік
OK.53	Вибіркова дисципліна 9	5/150	залік
OK.54	Вибіркова дисципліна 10	5/150	залік
OK.55	Вибіркова дисципліна 11	5/150	залік
OK.56	Вибіркова дисципліна 12	5/150	залік
Разом		60/1800	
Загальний обсяг вибірових компонент		60/1800	
Загальний обсяг ОПП		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 задачі атестаційного екзамену 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 Маркетинг

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 нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проєктами, 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	ЗН1	УМ1		
ЗК16	ЗН2	УМ1		
ЗК17	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		

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, ЗК15, ЗК16, 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 22	ЗК3, ЗК6, ЗК10, ЗК13, ФК1, ФК7, ФК16	ПРН 22. Знати основи обліку та оподаткування у сфері маркетингу.
	ПРН 23	ЗК15, ФК17	ПРН 23. Знати і розуміти 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, ФК3, ФК11, ФК14	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, ЗК16, 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, ЗК15, 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, ЗК15, 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, ФК6	ПРН 20. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

1	2	3	4
Комунікація	ПРН 7	ЗК9, ЗК15, 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, ЗК15, 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.
Автономія і відповідальність	ПРН 8	ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, 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 21	ЗК3, ФК3, ФК4	ПРН 21. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

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-16.	ЗК-20.	ЗК-21.
OK.1	+	+	+	+	+												
OK.2	+	+	+	+	+							+					
OK.3	+	+	+	+	+					+		+	+				
OK.4	+	+	+	+	+												
OK.5	+	+	+	+	+		+		+								
OK.6	+	+	+	+	+												
OK.7	+	+	+	+	+												
OK.8	+	+	+	+	+									+	+		
OK.9	+	+	+	+	+		+								+		
OK.10	+	+	+	+	+		+								+		
OK.11	+	+	+	+	+		+		+								
OK.12	+	+	+	+	+		+	+						+			
OK.13	+	+	+	+	+		+		+			+					
OK.14	+	+	+	+	+		+										
OK.15	+	+	+	+	+	+	+										
OK.16	+	+	+	+	+		+										
OK.17	+	+	+	+	+		+		+							+	
OK.18	+	+	+	+	+	+	+							+	+		+
OK.19	+	+	+	+	+	+	+		+						+		
OK.20	+	+	+	+	+	+	+								+		+
OK.21	+	+	+	+	+		+		+						+		
OK.22	+	+	+	+	+		+										
OK.23	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+					+	
OK.24	+	+	+	+	+	+	+								+		
OK.25	+	+	+	+	+	+	+										+
OK.26	+	+	+	+	+	+	+	+								+	
OK.27	+	+	+	+	+	+	+										+
OK.28	+	+	+	+	+	+	+							+			+
OK.29	+	+	+	+	+	+	+	+									+
OK.30	+	+	+	+	+	+	+	+									+
OK.31	+	+	+	+	+	+	+										+
OK.32	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+				
OK.33	+	+	+	+	+	+	+										
OK.34	+	+	+	+	+	+	+										+
OK.35	+	+	+	+	+	+	+										
OK.36	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+					+	
OK.27	+	+	+	+	+	+	+	+						+			
OK.38	+	+	+	+	+	+	+		+			+					+
OK.39	+	+	+	+	+	+	+							+			+
OK.40	+	+	+	+	+	+	+	+									
OK.41	+	+	+	+	+	+	+	+				+					+
OK.42	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+					+
OK.43	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+				+
OK.44	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+				+

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 р., № 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 р., № 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 у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 11.09.2020 р.
13. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університет імені Лесі Українки від 11.09.2020 р.
14. Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки від 11.09.2020 р.

15. Положення про підготовку студентів у Волинському національному університеті імені Лесі Українки з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти від 11.09.2020 р.
16. Положення про проведення практики студентів Волинського національного університет імені Лесі Українки від 11.09.2020 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 11.09.2020 р.
19. Положення про порядок формування індивідуальної траєкторії навчання студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.10.2020 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 11.09.2020 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 26.06.2018 р.
23. Положення про розроблення, затвердження, моніторинг, перегляд та закриття освітніх програм у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 24.12.2020 р.

Керівник групи забезпечення

Павлов К.В.

Гарант освітньо-професійної
програми Маркетинг

Данилюк Т.І.