

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ АНТОНА МАКАРЕНКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь: бакалавр

ЗАТВЕРДЖЕНО

ПЕДАГОГІЧНОЮ РАДОЮ

(протокол № 9 від "23" 06 2022р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з

01 вересня 2022 р.

Директор

Ольга ЩЕРБАК



Київ 2022

I Преамбула

Освітня програма «Маркетинг»: перший (бакалаврський) рівень (короткий цикл), галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг.

Розроблено робочою групою викладачів кафедри маркетингу у складі:

Котирло О.О.

керівник проектної групи (гарант освітньої програми) кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії, голова циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка

Мараховська К.А.

кандидат економічних наук, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка

Носенко В.В.

кандидат економічних наук, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка

II Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) (короткий цикл)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Передумови	Наявність освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста/фахового молодшого бакалавра
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Опис предметної області	• <i>Мета освітньої програми:</i> підготовка компетентного професійного фахівця з маркетингу, здатного вирішувати управлінські завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, дослідницькою діяльністю та управлінням маркетингом суб'єктами господарювання усіх форм власності. • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів суспільства та держави в цілому. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів з маркетингу як висококваліфікованих професійних фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, здатними вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, дослідницькою діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності а також вести типову дослідницьку роботу в сфері маркетингу. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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; інтеграція фахової підготовки в галузі маркетингу, практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності підприємств та дослідницькій сфері. • <i>Методи, методики та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності, а також збирання і аналізу даних, що передбачають як аудиторну, так і для самостійну дослідницьку роботу, а саме: методи та технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін. <i>Інструменти або обладнання</i>: маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; глобальна мережа Інтернет; інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.. <i>Особливості освітньої програми</i>: освітня програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу та орієнтує на подальшу професійну діяльність або навчання у сфері маркетингової діяльності суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм та власності. Враховує новітні вимоги до вирішення практичних проблем шляхом використання набутих знань фахівцями з сучасними перспективними засобами мислення. Інтегрована підготовка здобувачів освіти поєднує чітку теоретичну та практичну спрямованість щодо організації маркетингової діяльності на базі НТФ «Спокуса», що дає змогу сформулювати практичні навички за спеціальністю «Маркетинг» згідно новітніх вимог до вирішення практичних проблем.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

<i>Обсяг освітньої програми бакалавра</i>	Освітня програма складає 240 кредитів ЄКТС; • на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»/освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр») – 120 кредитів ЄКТС коледж має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньо-професійної програми підготовки фахового молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) спеціальності 075 «Маркетинг галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; • на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»/освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр») – не більше ніж 120 кредитів ЄКТС коледж має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньо-професійної програми підготовки фахового молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) спеціальності 051 «Економіка»» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», • інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
---	--

IV 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	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.
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.

V Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів 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.

VI Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену - комплексного кваліфікаційного екзамену.
Вимоги до атестаційного екзамену	Комплексний кваліфікаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти 075 Маркетинг та цією освітньою програмою. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

VII Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Коледжі функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (внутрішня система забезпечення якості освіти), яка передбачає здійснення відповідних процедур і заходів:

Визначення принципів та процедур забезпечення вищої освіти	Освітній фокус освітньої програми: загальна вища освіта в галузі маркетингу. Відповідно до Статуту Коледжу, акцент програми ставиться на формування знань, умінь та компетентностей щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах. Освітня програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки. Таким чином, у результаті навчання за даною програмою студенти отримають універсальні компетентності в області маркетингу. Розроблені та діють: Статут Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка, Положення про організацію освітнього процесу.
---	--

Здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм	Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітньо-професійну програму регулюється Порядком формування освітніх програм та навчальних планів та Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) та здійснюється за участі стейкхолдерів в засіданнях циклової комісії. Також застосовується метод анкетного опитування, експертного оцінювання актуальності змісту освітніх (освітньо-професійних) програм, аналізу результатів досягнутих результатів здобувачами освіти, аналізу відгуків роботодавців, аналізу рівня працевлаштування тощо. Здобувачі вищої освіти та роботодавців двічі на рік (жовтень та травень)/та за необхідності залучаються до обговорення процедур і заходів забезпечення якості освіти на засіданнях циклової комісії заганоекономічних та профільно-орієнтованих економічних дисциплін.
Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб	Система оцінювання знань за дисциплінами освітньої програми «Маркетинг» здійснюється за 100-бальною системою оцінювання через такі види контролю з накопиченням отриманих балів: поточний, контрольний, проміжний (захист лабораторних, практичних, самостійних робіт), підсумковий (письмові екзамени, залікові роботи, захисти звітів з практик та курсових робіт), самоконтроль, комплексний державний екзамени. Поточний контроль знань проводиться в усній формі (опитування за результатами опрацьованого матеріалу) або письмовій формі. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену/заліку проводиться у письмовій формі або усній формі з можливою подальшою усною співбесідою. За результатами підсумкового контролю посеместрово здійснюється рейтингове оцінювання здобувачів вищої освіти коледжу та результати висвітлюються на офіційному веб-сайті коледжу. Рейтингове оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників коледжу здійснюється щорічно та результати висвітлюються на офіційному веб-сайті коледжу.
Забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних і науково-	Підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників відбувається шляхом участі у семінарах, тренінгах, вебінарах, участі у

педагогічних працівників	міжнародних проектах та навчанням на курсах підвищення кваліфікації. В установлені терміни проводиться атестація викладачів згідно з «Порядком підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 21.08.2019 р., № 800. Не атестованих та умовно атестованих викладачів немає.
Забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою	Кадрове забезпечення відповідає рівню вимог щодо ліцензування спеціальності. Спеціальність 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування забезпечена стабільним колективом викладачів з великим педагогічним стажем та досвідом практичної роботи. Всі викладачі коледжу мають вищу освіту. Київський професійно-педагогічний фаховий коледж імені Антона Макаренка розташований у шестиповерховій будівлі загальною площею 11779 кв. м. на одного студента в середньому припадає 18, 52 кв. м, що відповідає ліцензійним вимогам. Навчально-матеріальна база коледжу відповідає вимогам навчального плану спеціальності. Теоретична та практична підготовка фахівців спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування здійснюється у навчальних приміщеннях, де діють 18 кабінетів, 2 лабораторії, 2 комп'ютерних кабінети. Електронне оснащення та програмне забезпечення освітнього процесу, інформаційно-технічні засоби навчання; сучасне промислове, дослідницьке, технологічне обладнання та програмне забезпечення предметної галузі відповідно до спеціалізації. Навчальний процес має достатній рівень забезпечення технічними засобами навчання. Кабінети і лабораторії забезпечені необхідним устаткуванням, наочними посібниками та літературою. Крім навчальних приміщень в корпусі розміщено кабінети адміністрації, бібліотека, читальна зала на 160 посадкових місць, спортивна зала, актовна зала на 300 місць, їдальня на 250 місць, медичний пункт, майстерні. Заняття з фізичного виховання проводяться також на стадіоні «Старт» відповідно до угоди між коледжем та керівництвом стадіону «Старт». Коледж має на своєму балансі один гуртожиток для

	проживання іногородніх студентів. Житлова площа гуртожитку 6208 кв. м на 312 місць, що на 100% забезпечує необхідні потреби. За період з 2015 р. по теперішній час приділялась увага придбання навчальної та наукової літератури. Придбано 1595 примірників, а частка україномовних екземплярів збільшилась з 79,3% до 87,2%. У коледжі значна увага приділяється підвищенню якості самостійної роботи студентів та роботі Студентського наукового товариства, що сприяє розвитку особистих здібностей, підвищенню якості знань, закладає фундамент до самоосвіти, що має важливе значення у їх майбутній професійній діяльності. Реалізуються заходи щодо удосконалення організації дистанційного навчання здобувачів, в т.ч. через постійний моніторинг, актуалізацію курсів дисциплін, активізацію використання освітнього контенту Google Classroom для здобувачів як заочної, так і денної форм навчання.
Забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Освітній процес здійснюється за наявності освітньої програми, навчального плану, 100% наявністю навчально-методичних комплексів з кожної дисципліни в які входять навчальні програми, плани семінарських, практичних занять, завдань для лабораторних робіт, методичних вказівок і тематичних контрольних, курсових робіт (проектів), пакетів комплексних контрольних робіт, програми всіх видів практик, методичні вказівки щодо проведення державної атестації, критерії оцінювання. При розробці навчальних матеріалів з дисциплін враховуються пізнавальні потреби, інтереси студентів та вимоги роботодавців. В коледжі створена постійно діюча навчально-методична рада коледжу, діяльність якої направлена на методичне забезпечення практичних робіт, самостійної роботи студентів, розробку і застосування прикладних і комп'ютерних програм підготовки фахівців. В березні 2014 року на базі коледжу створено Центр педагогічної майстерності для посилення науково-методичної діяльності коледжу за рахунок інтеграції науково-експериментальних досліджень Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України з підвищення рівня педагогічної майстерності

	викладачів, педагогів професійного навчання та студентів – майбутніх педагогів ПТНЗ. У коледжі значна увага приділяється підвищенню якості самостійної роботи студентів та роботі Студентського наукового товариства, що сприяє розвитку особистих здібностей, підвищенню якості знань, закладає фундамент до самоосвіти, що має важливе значення у їх майбутній професійній діяльності. Фонд бібліотеки забезпечений науково-методичними та навчальними посібниками і підручниками за всіма професіями у кількості 4965 примірників та на електронних носіях у кількості 272 CD, можливість доступу викладачів та студентів до мережі Інтернет При бібліотеці функціонує читальна зала з середньою кількістю студентів на 1 місце – 5,2 осіб. Загальний фонд бібліотеки Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка складає 96 767 томів, з них навчальної літератури – 80 478 томів, художньої літератури – 14 279 томів, наукової літератури – 2 010 томів.
Забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації	Інформація про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, освітні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової передвищої освіти, освітнього ступеня вищої освіти оприлюднюється на веб-сайті Коледжу http://kppk.com.ua/..
Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату	Курсові та наукові роботи здобувачів освіти, наукові роботи науково-педагогічних працівників перевіряються на предмет академічного плагіату. Основні процедури регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про академічну доброчесність.
Інші процедури і заходи	Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій,

	мультимедійних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійної роботи тощо. Освітня програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх методологічних технологій маркетингу. У коледжі значна увага приділяється підвищенню якості самостійної роботи студентів та роботі Студентського наукового товариства, що сприяє розвитку особистих здібностей, підвищенню якості знань, закладає фундамент до самоосвіти, що має важливе значення у їх майбутній професійній діяльності. Визнання результатів навчання, здобутих у неформальній чи інформальній освіті здійснюється в обсязі, що, як правило, не перевищує 10% від загального обсягу кредитів передбачених цією освітньо-професійною програмою, але в межах навчального року - не більше 6 кредитів. Перезарахуванню можуть підлягати результати навчання шляхом неформальної освіти, що за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як навчальній дисципліні в цілому, так і її окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню (курсівій роботі, курсовому проекту, контрольній роботі тощо), які передбачені робочою програмою даної навчальної дисципліни. Здобувачі вищої освіти можуть скористатися можливістю академічної мобільності за освітньої програми 075 «Маркетинг», що передбачено положенням коледжу «Про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу». Їм гарантується збереження місця навчання та виплати стипендій.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kppk.com.ua/

**Матриця відповідності компетентностей
deskрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)**

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 і 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 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
Загальні компетентності - 14				
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
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

Таблица 1.2

Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей (6-й рівень, бакалаврський)

[illegible]

Таблиця 1.3

Матриця «Дисципліни – Результати навчання» (за дисциплінами короткого циклу)

Дисципліни / Результати навчання	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18
Українська мова (за професійним спрямуванням)				+						+	+	+				+	+	+
Філософія	+	+			+				+			+			+			+
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)				+						+	+	+				+	+	+
Історія української культури		+								+		+			+			+
Політологія		+								+		+			+			+
Історія України		+								+		+			+			+
Мікроекономіка		+	+	+		+		+		+	+		+					+
Макроекономіка		+	+	+		+		+		+	+		+					+
Історія економіки та економічної думки		+	+	+		+		+		+	+		+					+
Вища математика		+		+	+		+		+									
Теорія ймовірності і математична статистика		+		+	+		+		+									
Оптимізаційні методи і моделі		+		+	+		+		+									
Економетрика		+		+	+		+		+									
Менеджмент		+	+	+				+	+	+			+					
Маркетинг			+	+		+	+		+							+		
Гроші та кредит		+	+	+		+	+									+		
Фінанси		+	+	+		+	+									+		
Економіка праці та соціально-трудові відносини	+	+	+							+		+	+	+	+	+	+	+
Міжнародна економіка		+	+	+		+		+		+	+		+					+
Статистика		+		+	+		+		+									

Дисципліни / Результати навчання	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18
Регіональна економіка		+	+	+		+		+		+	+							+
Маркетинг послуг			+	+		+	+		+							+		
Маркетингові комунікації	+	+	+	+			+	+		+		+		+		+	+	
Технологічна практика	+		+	+		+	+	+			+			+			+	
Господарське право		+	+		+	+			+			+	+			+		+
Конституційне право										+		+	+	+	+	+		+
Трудове право	+	+	+							+		+	+	+	+	+	+	+
Психологія та педагогіка		+	+	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+	+
Психологія ділового спілкування		+	+	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+	+
Етика та психологія		+	+	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+	+
Фізичне виховання												+	+	+	+			+
Інвестування, страхування		+		+	+	+										+		
Маркетингове ціноутворення	+	+	+	+			+		+	+		+		+		+		
Сучасне діловодство			+	+						+			+			+	+	+
Економічний аналіз	+	+	+	+	+		+		+			+						
Інформаційні системи і технології в маркетингу		+	+	+			+		+							+		

Таблиця 1.4

Матриця «Дисципліни – Компетентності» (за дисциплінами короткого циклу)

Дисципліни / Компетентності	ІК	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	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14
Українська мова (за професійним спрямуванням)	+				+		+			+			+			+											+		
Філософія	+	+	+	+											+		+												
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+				+		+				+		+	+		+											+		
Історія української культури	+	+	+				+																						
Політологія	+	+	+				+																						
Історія України	+	+	+				+																						
Мікроекономіка	+		+	+	+	+	+	+									+		+								+		
Макроекономіка	+		+	+	+	+	+	+									+		+								+		
Історія економіки та економічної думки	+		+	+	+	+	+	+									+		+								+		
Вища математика	+		+	+	+	+		+	+	+							+												
Теорія ймовірності і математична статистика	+		+	+	+	+		+	+	+							+												
Оптимізаційні методи і моделі	+		+	+	+	+		+	+	+							+												
Економетрика	+		+	+	+	+		+	+	+							+												
Менеджмент	+											+					+						+		+	+	+	+	+
Маркетинг	+			+	+	+	+	+	+	+						+	+	+		+	+		+			+	+		
Гроші та кредит	+		+					+						+						+	+					+			
Фінанси	+		+					+						+						+	+					+			
Економіка праці та соціально-трудові відносини	+	+	+		+	+	+	+				+			+							+	+			+		+	+
Міжнародна економіка	+		+	+	+	+	+	+											+							+			

Дисципліни / Компетентності	ІК	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	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14
Статистика	+		+	+	+	+		+	+	+							+	+	+	+	+	+			+				
Регіональна економіка	+		+	+	+	+	+	+											+							+			
Маркетинг послуг	+			+	+	+	+	+	+	+						+	+	+		+	+		+			+	+		
Маркетингові комунікації	+								+	+		+	+	+		+	+				+			+	+	+	+	+	+
Технологічна практика	+		+	+	+	+		+	+	+	+					+	+	+	+	+									
Господарське право	+		+										+		+							+	+			+		+	
Конституційне право	+	+	+	+	+																								
Трудове право	+	+	+		+	+	+	+				+			+				+										
Психологія та педагогіка	+	+	+	+	+	+			+			+	+		+							+				+			
Психологія ділового спілкування	+	+	+	+	+	+			+			+	+		+							+				+			
Етика та психологія	+	+	+	+	+	+			+			+	+		+							+				+			
Фізичне виховання	+	+	+			+						+			+														
Інвестування, страхування	+		+					+											+							+		+	
Маркетингове ціноутворення	+			+	+	+	+	+		+							+	+			+		+	+		+	+		
Сучасне діловодство	+									+			+			+				+					+				
Економічний аналіз	+			+	+		+	+	+	+		+				+	+	+	+	+	+					+	+		
Інформаційні системи і технології в маркетингу	+		+					+	+	+						+							+		+				

Таблиця 2.1

**2. 1 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»
(за дисциплінами короткого циклу)**

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Нормативний компонент ОП			
1.1. Цикл гуманітарної підготовки			
1.1.1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	2	Екзамен
1.1.2	Філософія	2	Екзамен
1.1.3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2	Диф. залік
1.1.4	Історія української культури	3	Екзамен
1.1.5	Політологія	3	Диф. залік
1.1.6	Історія України	2	Екзамен
1.1. Цикл природничо-наукової та загальноекономічної підготовки			
1.2.1	Мікроекономіка	4	Екзамен
1.2.2	Макроекономіка	4	Екзамен
1.2.3	Історія економіки та економічної думки	4	Екзамен
1.2.4.1	Вища математика	3	Диф. залік
1.2.4.2	Теорія ймовірності і математична статистика	4	Екзамен
1.2.5.1	Оптимізаційні методи і моделі	3	Диф. залік
1.2.5.2	Економетрика	4	Екзамен
2. Цикл професійної підготовки			
1.3.1	Менеджмент	4	Екзамен
1.3.2	Маркетинг	5	Екзамен
1.3.3	Гроші та кредит	4	Диф. залік
1.3.4	Фінанси	4	Екзамен
1.3.5	Економіка праці та соціально-трудова відносини	5	Екзамен
1.3.6	Міжнародна економіка	4	Диф. залік
1.3.7	Статистика	4	Екзамен
1.3.8	Регіональна економіка	4	Екзамен
1.3.9	Маркетинг послуг	5	Екзамен
1.3.10	Маркетингові комунікації	5	Диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		84	
2.1 Практична підготовка			
1.3.2.1	Технологічна практика	6	Диф. залік
Загальний обсяг практичних компонент:		6	
Вибіркові компоненти ОП			
2.1 Дисципліни самостійного вибору студентів (цикл гуманітарної підготовки)			
2.1.1.1	Господарське право	3	Диф. залік
2.1.1.2	Конституційне право	3	Диф. залік
2.1.1.3	Трудове право	3	Диф. залік
2.1.1.4	Психологія та педагогіка	3	Диф. залік
2.1.1.5	Психологія ділового спілкування	3	Диф. залік
2.1.1.6	Етика та психологія	3	Диф. залік
2.2 Дисципліни самостійного вибору навчального закладу			
2.2.1 Цикл гуманітарної підготовки			

2.2.1.1	Фізичне виховання	3	Диф. залік
2.2.2 Цикл природничо-наукової та загальнооекономічної підготовки			
2.2.2.1	Інвестування, страхування	5	Диф. залік
2.2.3 Цикл професійної підготовки			
2.2.3.1	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
2.2.3.2	Сучасне діловодство	4	Диф. залік
2.2.3.3	Економічний аналіз	4	Екзамен
2.2.3.4	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	Диф. залік
3. Курсові роботи			
3.1.	Макроекономіка		
3.2.	Фінанси		
3.3.	Менеджмент		
3.4.	Маркетингове ціноутворення		
Загальний обсяг вибіркового компонент:		30	
Загальний обсяг освітньої програми		120	

РОЗПОДІЛ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗА НАВЧАЛЬНИМИ ДИСЦИПЛІНАМИ (короткий цикл)

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальної дисципліни, практик
Цикл гуманітарної підготовки		
Нормативний компонент ОП		
Модуль 1. Основи філософських знань (2 кредити)		
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. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р15. 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. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Філософія (2 кредити)
Модуль 2. Взаємодія та комунікація (4 кредити)		

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною мовою, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Українська мова (за професійним спрямуванням) (2 кредити)
ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів	Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (2 кредити)

економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації іноземною мовою, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
Модуль 3. Україна і світ (8 кредитів)		
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. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р15. 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. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Історія України (2 кредити) Історія української культури (3 кредити) Політологія (3 кредити)

діяльності.		
Вибірковий компонент ОП		
Модуль 4. Правова підготовка (3 кредити)		
K2. 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. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	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. 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. P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. 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. P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Господарське право (3 кредити)

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.	Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. 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. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Конституційне право (3 кредити)
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	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	Трудове право (3 кредити)

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. 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. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. 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. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
Модуль 5. Етика, психологія та педагогіка (3 кредити)		
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	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного	Психологія та педагогіка (3 кредити) Психологія ділового спілкування (3 кредити) Етика та психологія (3 кредити)

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. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. 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. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
--	---	--

Модуль 6. Фізичне виховання (3 кредити)		
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. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. 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. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Фізичне виховання (3 кредити)
Цикл природничо-наукової та загальноєкономічної підготовки		
Нормативний компонент ОП		
Модуль 7. Мікро- та макроекономіка (12 кредитів)		
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	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	Мікроекономіка (4 кредити)
		Макроекономіка (4 кредити)
		Історія економіки та

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. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	економічної думки (4 кредити)
Модуль 8. Математична підготовка (14 кредитів)		

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. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Вища математика (3 кредити)
		Теорія ймовірності і математична статистика (4 кредити)
		Оптимізаційні методи і моделі (3 кредити)
		Економетрика (4 кредити)
Вибірковий компонент ОП		
Модуль 9. Інвестування, страхування (5 кредитів)		
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	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати	Інвестування, страхування (5 кредитів)

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. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Цикл професійної та практичної підготовки		
Нормативний компонент ОП		
Модуль 10. Менеджмент (4 кредити)		
ЗК11. Здатність працювати в команді. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко	Менеджмент (4 кредити)

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.	адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
Модуль 11. Маркетинг (5 кредитів)		
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. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично	Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Маркетинг (5 кредитів)

аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Модуль 12. Фінанси, гроші та кредит (8 кредитів)		
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	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного	Гроші та кредит (4 кредити) Фінанси (4 кредити)

здорового способу життя. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Модуль 13. Економіка праці та соціально-трудова відносини (5 кредитів)		
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. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. Діяти соціально відповідально	Економіка праці та соціально-трудова відносини (5 кредитів)

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. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
Модуль 14. Міжнародна економіка (4 кредити)		
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	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну	Міжнародна економіка (4 кредити)

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. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
Модуль 15. Статистика (4 кредити)		
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	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	Статистика (4 кредити)

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. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. 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	Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	
--	---	--

областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.		
Модуль 16.Регіональна економіка (4 кредити)		
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. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р13. Відповідати за результати своєї	Регіональна економіка (4 кредити)

і функціональних зв'язків між її складовими. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
Модуль 17.Маркетинг послуг (5 кредитів)		
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. 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. СК5. Здатність коректно	Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	Маркетинг послуг (5 кредитів)

застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.		
Модуль 18. Маркетингові комунікації (5 кредитів)		
ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. 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. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	Маркетингові комунікації (5 кредитів)

сучасного маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній 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. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	
Модуль 19. Технологічна практика (6 кредитів)		
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	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі	Технологічна практика (6 кредитів)

абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. 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. 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.	управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	
--	--	--

Вибірковий компонент ОП		
Модуль 20. Маркетингове ціноутворення (4 кредити)		
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. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. 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. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК11. Здатність аналізувати	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень	Маркетингове ціноутворення (4 кредити)

поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	особистої професійної підготовки.	
Модуль 21. Сучасне діловодство (4 кредити)		
ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	Сучасне діловодство (4 кредити)
Модуль 22. Економічний аналіз (4 кредити)		
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і	Економічний аналіз (4 кредити)

розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК11. Здатність працювати в команді. 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. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність	прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
--	---	--

обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.		
Модуль 23. Інформаційні системи і технології в маркетингу (4 кредити)		
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. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	Інформаційні системи і технології в маркетингу (4 кредити)