

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
Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр

ЗАТВЕРДЖЕНО

ПЕДАГОГІЧНОЮ РАДОЮ

(протокол № 9 від "23" 06 2022р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з
24 вересня 2022р.

Директор Ольга ЩЕРБАК



Київ 2022

I Преамбула

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»: рівень фахової передвищої освіти, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг.

Розроблено робочою групою викладачів циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін у складі:

Котирло О.О.

керівник проектної групи, кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії, голова циклової комісії загальноекономічних та професійно-орієнтованих 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

Казимир Я.В.

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

II Загальна характеристика

Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Форми здобуття освіти	Інституційна (очна (денна), заочна, дистанційна)
Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Освітньо-професійний ступінь – фаховий молодший бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Опис предметної області	• <i>Мета освітньої програми:</i> підготовка компетентного фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом суб'єктів господарювання усіх форм власності в умовах невизначеності. • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення економічних та соціальних інтересів суспільства та держави в цілому. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності. • <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; практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності підприємств, а саме, методи та

	технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, включаючи інноваційні інформаційні технології аудиторної та самостійної роботи, 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: маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; глобальна мережа Інтернет; інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи. • <i>Особливості освітньо-професійної програми:</i> освітньо-професійна 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 сформувати практичні навички за спеціальністю «Маркетинг» згідно новітніх вимог до вирішення практичних проблем.
Академічні права випускників	Здобуття освіти за: початковим рівнем (короткий цикл) вищої освіти; першим (молодший бакалавр, бакалаврський) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти
Працевлаштування випускників	Фахівець підготовлений до роботи в галузі економіки за Національним класифікатором України: «Класифікатор видів економічної діяльності» ДК 009:2010: Секція С Переробна промисловість Секція G Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів

	Секція К Фінансова та страхова діяльність. Фахівець здатен виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010: 341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі 3411 Дилери 3411 Маклер біржовий 3413 Торговець (власність) 3415 Технічні та торговельні представники 3415 Агент 3415 Агент комерційний 3415 Агент торговельний 3415 Комівояжер 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор із збуту 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів 3421 Торговельний брокер (маклер) 3429 Агент з комерційних послуг та торговельні брокери 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3439 Інші фахівці в галузі управління 3439 Фахівець з інтерв'ювання. Перелік посад, які може обіймати випускник, не є вичерпним.
--	---

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра

Фахова передвища освіта може здобуватись на основі базової середньої освіти, повної загальної середньої освіти (профільної середньої освіти), професійної (професійно-технічної) освіти.

На основі базової середньої освіти здобувачі фахової передвищої освіти зобов'язані одночасно виконати освітню програму профільної середньої освіти, тривалість здобуття якої становить два роки. Освітня програма профільної середньої освіти професійного спрямування, що відповідає галузі знань та/або спеціальності, інтегрується з освітньо-професійною програмою фахового молодшого бакалавра. Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі базової загальної середньої освіти (профільної середньої освіти) становить 120 кредитів ЄКТС.

Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі повної загальної середньої освіти (профільної середньої освіти) становить 120 кредитів ЄКТС.

Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі професійної (професійно-технічної) освіти, фахової передвищої освіти або вищої освіти становить 120 кредитів ЄКТС.

100% обсягу освітньо-професійної програми спрямовано на досягнення результатів навчання за спеціальністю Маркетинг, визначених Стандартом фахової передвищої освіти 075 Маркетинг.

IV Перелік компетентностей випускника

Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.
Загальні компетентності	ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 8. Здатність працювати в команді.

Спеціальні (фахові) компетентності	СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.
--	--

V Нормативний зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.
РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.
РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.
РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.
РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.
РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.
РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.
РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.
РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.
РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.
РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.
РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.

VI Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти

Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти	Атестація здійснюється у формі у формі комплексного кваліфікаційного іспиту і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра з маркетингу.
Вимоги до атестаційного екзамену	Комплексний кваліфікаційний іспит передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом фахової передвищої освіти 075 Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

VII Система внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти

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

Визначення та оприлюднення політики, принципів та процедур забезпечення якості фахової передвищої освіти, що інтегровані до загальної системи управління коледжем, узгоджені з його стратегією і передбачають залучення внутрішніх та зовнішніх заінтересованих сторін	Фахова передвища освіта в галузі маркетингу шляхом підготовки компетентного фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на суб'єктах економічної діяльності усіх форм власності. Освітньо-професійна 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 типових наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки. Таким чином, у результаті навчання за даною програмою студенти отримають базові компетентності в області маркетингу. Відповідно до Статуту Коледжу, акцент програми здійснюється на формуванні базових знань, умінь та компетентностей щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах, що відповідає місії коледжу – надання якісної та доступної освіти для реалізації здібностей здобувачів освіти для успішного життя за допомогою студентоорієнтованого навчання та впровадження інноваційних освітніх технологій. Розроблені та діють: Статут Коледжу, Положення про організацію освітнього процесу Коледжу.
Визначення і послідовне дотримання процедур розроблення освітньо-професійних програм, які забезпечують відповідність їх змісту стандартам фахової	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).

передвищої освіти, декларованим цілям, урахування позицій заінтересованих сторін, чітке визначення кваліфікацій, що присуджуються та/або присвоюються, які мають бути узгоджені з <u>Національною рамкою кваліфікацій</u>	
Здійснення за участю здобувачів освіти моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм	Перегляд, моніторинг, та оцінювання якості освітньої діяльності здійснюється шляхом 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.
Забезпечення дотримання вимог правової визначеності, оприлюднення та послідовного дотримання нормативних документів коледжу	Правила прийому на навчання; Положення про організацію освітнього процесу у коледжі; Положення про систему забезпечення якості вищої освіти(систему внутрішнього забезпечення якості)Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка; Положення про забезпечення академічної доброчесності у Київському професійно-педагогічному фаховому коледжі імені Антона Макаренка; Положення про самостійну роботу студентів коледжу; переведення студентів контрактної форми навчання на вакантні місця державного замовлення; Положення про порядок створення та організації роботи Екзаменаційної комісії; Положення про стипендіальну комісію; Положення про стипендіальне забезпечення, виплати матеріальної допомоги та заохочень студентам, учням; Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імен Антона Макаренка; Положення про дистанційне навчання у Київському професійно-педагогічному фаховому коледжі імені

Забезпечення релевантності, надійності, прозорості та об'єктивності оцінювання, що здійснюється у рамках освітнього процесу	Антон Макарєнка Система оцінювання знань за дисциплінами освітньо-професійної програми 075 «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, кваліфікаційний атестаційний іспит. 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 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.
Визначення та послідовне дотримання вимог щодо компетентності педагогічних (науково-педагогічних) працівників, застосовування чесних і прозорих правил прийняття на роботу та безперервного професійного розвитку персоналу	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 рівня магістр. Підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників відбувається шляхом участі у семінарах, тренінгах, вебінарах, участі у 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. Прийняття на роботу здійснюється на конкурсних засадах шляхом проведення оголошеного публічного конкурсу вакансії.

Забезпечення необхідного фінансування освітньої та викладацької діяльності, а також адекватних та доступних освітніх ресурсів і підтримки здобувачів фахової передвищої освіти за кожною освітньо-професійною програмою	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 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» здійснюється у навчальних приміщеннях, де діють 18 кабінетів, 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 посадових місць, спортивна зала, актова 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%. Реалізуються заходи щодо удосконалення організації дистанційного навчання здобувачів освіти, 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 збирання, аналізу і використання відповідної інформації	Освітній процес здійснюється за наявності освітньо-професійної програми, навчального плану, 100% наявністю навчально-методичних комплексів з кожною

для ефективного управління освітньо-професійними програмами та іншою діяльністю закладу	дисципліни в які входять навчальні програми, робочі 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 здобувачів освіти та вимоги роботодавців. В навчальному закладі створена постійно діюча навчально-методична рада коледжу, діяльність якої направлена на методичне забезпечення практичних робіт, самостійної роботи здобувачів освіти, розробку і застосування прикладних і комп'ютерних програм підготовки фахівців, включаючи інноваційні розробки. 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 здобувачів освіти – майбутніх педагогів ПТНЗ. 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 публічної, зрозумілої, точної, об'єктивної, своєчасної та легкодоступної інформації про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової	Інформація про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової передвищої освіти оприлюднюється на веб-сайті Коледжу http://kppk.com.ua/.

передвищої освіти та кваліфікацій	
Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладу фахової передвищої освіти та здобувачами фахової передвищої освіти	Курсові та наукові роботи здобувачів фахової передвищої освіти, наукові роботи науково-педагогічних працівників перевіряються на предмет академічного плагіату. Основні процедури регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про академічну доброчесність.
Періодичне проходження процедури зовнішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти	Акредитація освітньої програми напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» галузі знань 0305 Економіка та підприємництво здійснювалася в 2017 р.
Залучення здобувачів фахової передвищої освіти та роботодавців як повноправних партнерів до процедур і заходів забезпечення якості освіти	Здобувачі фахової передвищої 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 заганооекономічних та профільно-орієнтованих економічних дисциплін.
Забезпечення дотримання студентоорієнтованого навчання в освітньому процесі	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. Освітньо-професійна 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 для здійснення типових завдань та ефективного управління маркетингу діяльністю підприємств та установ різних галузей економіки. Таким чином, у результаті навчання за даною програмою студенти отримають типові універсальні компетентності в області 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.
Здійснення інших процедур і заходів, визначених законодавством, установчими документами закладів фахової передвищої освіти або відповідно до них	Діючу інституційну систему внутрішнього забезпечення якості відображено у Положенні про організацію освітнього процесу. 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 (курсовій роботі, курсовому проекту, контрольній роботі тощо), які передбачені робочою програмою даної навчальної дисципліни. Здобувачі фахової передвищої освіти можуть скористатися можливістю академічної мобільності за освітньо-професійної 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 освітньо-професійної програми	http: //kppk.com.ua/

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння/навички	Комунікація	Відповідальність і автономія
	Зн 1. Всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання у сфері навчання та/або професійної діяльності, усвідомлення меж цих знань	Ум 1. Широкий спектр когнітивних та практичних умінь/навичок, необхідних для розв'язання складних задач у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання. Ум 1. Знаходження творчих рішень або відповідей на чітко визначені конкретні та абстрактні проблеми на основі ідентифікації та застосування даних. Ум 3. Планування, аналіз, контроль та оцінювання власної роботи та роботи інших осіб у спеціалізованому контексті	К 1. Взаємодія з колегами, керівниками та клієнтами у питаннях, що стосуються розуміння, навичок та діяльності у професійній сфері та/або у сфері навчання. К 2. Донесення до широкого кола осіб (колеги, керівники, клієнти) власного розуміння, знань, суджень, досвіду, зокрема у сфері професійної діяльності	ВА 1. Організація та нагляд (управління) в контекстах професійної діяльності або навчання в умовах непередбачуваних змін. ВА 2. Покращення результатів власної діяльності і роботи інших. ВА 3. Здатність продовжувати навчання з деяким ступенем автономії
Компетентності	Загальні компетентності			
ЗК 1	Зн 1		К 2	ВА 3
ЗК 2	Зн 1	Ум 2		ВА 2

продовження Таблиці 1

ЗК 3		УМ 1, УМ 3	К 1, К 2	БА 1
ЗК 4	ЗН 1		К 1, К 2	БА 3
ЗК 5		УМ 2, УМ 3		БА 2, БА 3
ЗК 6		УМ 2, УМ 3	К 1, К 2	
ЗК 7		УМ 2		БА 3
ЗК 8		УМ 3	К 1, К 2	
Спеціальні компетентності				
СК 1	ЗН 1	УМ 2, УМ 3	К 1, К 2	
СК 2	ЗН 1	УМ 1, УМ 2	К 2	БА 1
СК 3	ЗН 1	УМ 1, УМ 3	К 1	
СК 4	ЗН 1	УМ 2, УМ 3	К 2	
СК 5	ЗН 1	УМ 1, УМ 3		БА 1
СК 6		УМ 1	К 1	
СК 7	ЗН 1	УМ 1, УМ 3		БА 2, БА 3
СК 8	ЗН 1	УМ 2	К 1	БА 1
СК 9		УМ 2	К 1, К 2	БА 1
СК 10	ЗН 1	УМ 1, УМ 2	К 2	

Таблиця 1.2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Результати навчання	Компетентності																	
	Загальні компетентності								Спеціальні компетентності									
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
PH 1			+						+							+		
PH 2						+	+											+
PH 3			+							+								
PH 4			+								+	+			+		+	
PH 5					+									+			+	+
PH 6														+				
PH 7														+				
PH 8				+	+										+		+	
PH 9			+	+					+	+	+				+	+		
PH 10				+									+					
PH 11								+										
PH 12													+		+			+
PH 13								+					+					
PH 14								+			+	+		+				
PH 15	+	+							+			+						

Таблиця 1.3

Матриця «Дисципліни – Результати навчання»

Дисципліни / Результати навчання	РН 1	РН 2	РН 3	РН 4	РН 5	РН 6	РН 7	РН 8	РН 9	РН 10	РН 11	РН 12	РН 13	РН 14	РН 15
Основи філософських знань (філософія)	+		+		+	+					+		+		+
Українська мова (за професійним спрямуванням)	+	+	+		+								+	+	
Історія України	+		+			+						+			+
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)		+	+	+	+			+				+			
Фізичне виховання													+	+	
Вища математика			+	+	+	+	+			+		+			
БЖД (Основи охорони праці)				+	+	+	+		+		+	+			
Бухгалтерський облік	+		+	+	+	+	+		+	+					
Політекономія	+		+	+	+		+			+	+	+	+	+	+
Статистика	+		+	+	+	+	+			+					
Економіка підприємства	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Фінанси підприємства	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Комерційне товаровознавство	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Фінансовий облік	+		+	+	+	+	+		+	+					
Комунікаційна діяльність	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Інфраструктура товарного ринку	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Основи ринкових досліджень	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Маркетинг	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Маркетингова цінова політика	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Комерційна діяльність	+		+	+	+		+			+	+	+	+	+	+
Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності			+	+	+	+		+	+		+	+		+	
Навчальна практика зі спеціальності	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Технологічна практика	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
Соціологія	+		+			+					+	+	+	+	+

Культурологія		+	+			+		+	+		+	+		+	+
Основи правознавства	+		+	+						+	+	+			
Інформатика та комп'ютерна техніка			+	+	+	+		+	+		+	+		+	
Підприємницька діяльність	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Логістика	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Поведінка споживача	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Навчальна практика на ПК			+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	

Таблиця 1.4

Матриця «Дисципліни – Компетентності»

Дисципліни / Компетентності	ІК	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
Основи філософських знань (філософія)	+	+	+		+					+	+								
Українська мова (за професійним спрямуванням)	+	+	+		+	+	+			+									+
Історія України	+	+	+		+				+	+	+		+						
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+		+	+				+	+	+		+			+			+	+
Фізичне виховання	+	+	+																
Вища математика	+			+	+					+	+	+			+	+			
БЖД (Основи охорони праці)	+	+	+						+		+								
Бухгалтерський облік	+			+	+	+					+	+		+	+	+	+	+	
Політекономія	+	+	+	+					+	+	+	+	+						
Статистика	+			+	+					+	+	+	+	+					
Економіка підприємства	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Фінанси підприємства	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Комерційне товаровознавство	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Фінансовий облік	+			+	+	+					+	+		+	+	+	+	+	
Комунікаційна діяльність	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Інфраструктура товарного ринку	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Основи ринкових досліджень	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Маркетинг	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Маркетингова цінова політика	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Комерційна діяльність	+	+	+	+					+	+	+	+	+						
Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності	+			+	+	+			+	+		+		+	+	+		+	+

Навчальна практика зі спеціальності	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Технологічна практика	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Соціологія	+	+	+				+		+	+	+				+		+		+
Культурологія	+	+	+			+	+	+	+	+		+	+						+
Основи правознавства	+	+		+	+	+					+		+	+		+			
Інформатика та комп'ютерна техніка	+			+	+	+			+	+		+		+	+	+		+	+
Підприємницька діяльність	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Логістика	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Поведінка споживача	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
Навчальна практика на ПК	+			+	+	+			+	+		+		+	+	+		+	+

Таблиця 2.1

2. 1 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

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 гуманітарних та соціально-економічних дисциплін			
1.01	Основи філософських знань (філософія)	3	Екзамен
1.02	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
1.03	Історія України	3	Екзамен
1.04	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	7	Диф. залік
1.05	Фізичне виховання	4	Диф. залік
1.2. Цикл математичної та природничо-наукової підготовки			
2.01	Вища математика	4	Екзамен
2.02	БЖД (Основи охорони праці)	4	Диф. залік
2.03	Бухгалтерський облік	4	Екзамен
2.04	Політекономія	4	Екзамен
2.05	Статистика	4	Диф. залік
2.06	Економіка підприємства	4	Екзамен
2.07	Фінанси підприємства	4	Диф. залік
1.3. Цикл професійної і практичної підготовки			
3.01	Комерційне товарознавство	4	Екзамен
3.02	Фінансовий облік	4	Екзамен
3.03	Комунікаційна діяльність	4	Екзамен
3.04	Інфраструктура товарного ринку	3	Екзамен
3.05	Основи ринкових досліджень	4	Екзамен
3.06	Маркетинг	4	Диф. залік
3.07	Маркетингова цінова політика	4	Екзамен
3.08	Комерційна діяльність	6	Екзамен
3.09	Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності	5	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		80,5	
1.3.1 Практична підготовка			
3.1.01	Навчальна практика зі спеціальності	4,5	Диф. залік
3.1.02	Технологічна практика	6	Диф. залік
Загальний обсяг практичних компонент:		10,5	
Вибіркові компоненти ОП			
2.1 Цикл гуманітарних та соціально-економічних дисциплін			
1.01	Соціологія	2	Диф. залік
1.02	Культурологія	2	Диф. залік
1.03	Основи правознавства	2	Диф. залік
2.2 Цикл математичної та природничо-наукової підготовки			
2.01	Інформатика та комп'ютерна техніка	4,5	Диф. залік

2.3 Цикл професійної і практичної підготовки			
3.01	Підприємницька діяльність	3	Диф. залік
3.02	Логістика	4	Диф. залік
3.03	Поведінка споживача	2	Диф. залік
3.04	Навчальна практика на ПК	4,5	Диф. залік
3. Курсові роботи			
4.1.	Політекономія		
4.2.	Економіка підприємства		
4.3.	Комерційна діяльність		
4.4.	Інформаційні системи і технології в маркетингу		
Загальний обсяг вибіркового компонента:		24	
Загальний обсяг освітньої програми		120	

РОЗПОДІЛ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗА НАВЧАЛЬНИМИ ДИСЦИПЛІНАМИ

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальної дисципліни, практик
Цикл гуманітарних та соціально-економічних дисциплін		
Нормативний компонент ОП		
Модуль 1. Основи філософських знань (3 кредити)		
ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	Основи філософських знань (3 кредити)

ринкових суб'єктів.		
Модуль 2. Українська мова (за професійним спрямуванням) (3 кредити)		
ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Українська мова (за професійним спрямуванням) (3 кредити)
Модуль 3. Історія України (3 кредити)		

ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	Історія України (3 кредити)
Модуль 4. Англійська мова (за професійним спрямуванням) (7 кредитів)		

ЗК 2. 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. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Англійська мова (за професійним спрямуванням) (7 кредитів)
Модуль 5. Фізичне виховання (4 кредити)		
ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідом-	РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.	Фізичне виховання (4 кредити)

лювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 2. 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.	РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Вибірковий компонент ОП		
Модуль 6. Соціологія (2 кредити)		
ЗК 1. 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. ЗК 2. 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	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у	Соціологія (2 кредити)

та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	маркетинговій діяльності.	
Модуль 7. Культурологія (2 кредити)		
ЗК 1. 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. ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку	РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні	Культурологія (художня культура) (2 кредити)

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. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	
Модуль 8. Основи правознавства (2 кредити)		
ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку,	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	Основи правознавства (2 кредити)

верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.	РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
Нормативний компонент ОП		
Модуль 9. Вища математика (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської	РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі	Вища математика (4 кредити)

діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.	використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
Модуль 10. БЖД (Основи охорони праці) (4 кредити)		
ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових	РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	БЖД (Основи охорони праці) (4 кредити)

суб'єктів.		
Модуль 11. Бухгалтерський облік (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.	Бухгалтерський облік (4 кредити)
Модуль 12. Політекономія (4 кредити)		
ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та	Політекономія (4 кредити)

громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 2. 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. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	
Модуль 13. Статистика (4 кредити)		

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.	Статистика (4 кредити)
Модуль 14. Економіка підприємства (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного	Економіка підприємства (4 кредити)

маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 15. Фінанси підприємства (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати	Фінанси підприємства (4 кредити)

знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Вибірковий компонент ОП		
Модуль 16. Інформатика та комп'ютерна техніка (4,5 кредитів)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати	РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері	Інформатика та комп'ютерна техніка (4,5 кредитів)

інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Цикл професійної і практичної підготовки		
Нормативний компонент ОП		
Модуль 17. Комерційне товарознавство (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері	Комерційне товарознавство (4 кредити)

команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 18. Фінансовий облік (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової	Фінансовий облік (4 кредити)

використовувати інформаційні та комунікаційні технології. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.	діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.	
Модуль 19. Комунікаційна діяльність(4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати	Комунікаційна діяльність (4 кредити)

знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 20. Інфраструктура товарного ринку (3 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування	Інфраструктура товарного ринку (3 кредити)

ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 21. Основи ринкових досліджень (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК. 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних	Основи ринкових досліджень (4 кредити)

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 22. Маркетинг (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження	Маркетинг (4 кредити)

практичних ситуаціях. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері	маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
---	---	--

маркетингу		
Модуль 23. Маркетингова цінова політика (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Маркетингова цінова політика (4 кредити)

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу		
Модуль 24. Комерційна діяльність (6 кредитів)		
ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	Комерційна діяльність (6 кредитів)

суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.		
Модуль 25. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності (5 кредитів)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати	РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності (5 кредитів)

досліджень у сфері маркетингу		
Модуль 26. Професійна практична підготовка (10,5 кредитів)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Навчальна практика зі спеціальності (4,5 кредити)

у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Технологічна практика (6 кредитів)

СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
---	---	--

Вибірковий компонент ОП

Модуль 27. Підприємницька діяльність (3 кредити)

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК. 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення	Підприємницька діяльність (3 кредити)
---	---	--

розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 28. Логістика (4 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні	Логістика (4 кредити)

змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 29. Поведінка споживача (2 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової	Поведінка споживача (2 кредити)

суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
Модуль 30. Навчальна практика на ПК (4,5 кредити)		
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 5. Брати участь у	РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 8. Використовувати цифрові	Навчальна практика на ПК (4,5 кредити)

розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
--	---	--

