

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»



ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради _____ М.О. Фролов
(підпис)

(протокол № 7 від «23» лютого 2021р.)

Освітня програма вводиться в дію з 2021 н.р.

Ректор _____ М.О. Фролов
(підпис)

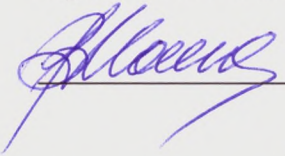
(наказ №75 від «24» лютого 2021р.)



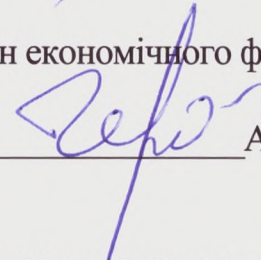
Запоріжжя
2021

Аркуш погодження

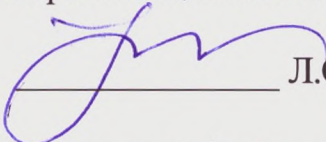
Гарант освітньої програми

 В.В. Малтиз

Декан економічного факультету

 А.В. Череп

Керівник навчально-методичного відділу

 Л.О. Нестеренко

Начальник відділу моніторингу якості освіти і ліцензування

 М.А. Томченко

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

 О.І. Гура

Передмова

Запорізький національний університет. «Маркетинг»: освітньо-професійна програма.

Розроблено робочою групою відповідно до стандарту вищої освіти України підготовки бакалавра за спеціальністю 075 Маркетинг, затвердженого наказом МОН України № 1343 від 05.12.2018 р.
у складі:

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Науковий ступінь, вчене звання
1.	Малтиз Вікторія Віталіївна, гарант освітньої програми	Кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу
2.	Іванов Микола Миколайович	доктор економічних наук, професор, професор кафедри управління персоналом і маркетингу
3.	Терент'єва Наталія Валеріївна	Кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

РОЗГЛЯНУТО на вченій раді економічного факультету ЗНУ

Протокол № 5 від «29» січня 2021 р.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Васильков В.О., голова правління ПрАТ «Запорізький абразивний комбінат»,
2. Мокшанов В.В., керівник видавництва «Вектор»,
3. Нагаєць І.Ю., директор ТЦ «Меблі Сова».

1. Профіль освітньої програми

1– Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти	Запорізький національний університет
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиночний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців.
Назва кваліфікації	Кваліфікація в дипломі: Ступінь - Бакалавр Спеціальність - 075 Маркетинг Освітня програма - Маркетинг Освітня кваліфікація - бакалавр маркетингу
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію за спеціальністю 075 Маркетинг серія НД № 0895329 відповідно до рішення Акредитаційної комісії від від 03.07.2017 р.
Цикл / рівень	Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень, PQ-EHEA – 1 цикл EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	На базі повної загальної середньої освіти; на основі ступеня «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст».
Мова(и) викладання	українська
Термін дії програми	до 01.07.2022 р
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	https://www.znu.edu.ua/ukr/pk/4362/bakalavr/12384
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням, теоретичними знаннями і практичними навичками, необхідними для розв'язання завдань в галузі маркетингу, здатних застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень щодо ефективності використання цінової, асортиментної, збутової політики, розробляти ефективні заходи комунікацій, просування, позиціонування підприємства на певному сегменті ринку для певної цільової аудиторії, володіти сучасними знаннями щодо комунікацій в соціальних мережах, оперувати інформаційними технологіями в маркетингу.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, предметна спеціальність або спеціалізація)	Галузь знань – 07 – «Управління та адміністрування» Спеціальність – 075 – «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Підготовка студентів до застосування в професійній діяльності набутих знань, умінь та практичних навичок для маркетингового аналізу, прогнозування, а також консультування з питань управління маркетингом. Ключові слова: маркетинг, маркетолог, маркетингові дослідження, маркетингова політика, цінова політика, асортиментна політика, збутова політика, сегментування, просування, діджитал-маркетинг.

Особливості програми		<p>ОП поєднує економічну складову з використання сучасних інформаційних технологій.</p> <p>Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з планування, збору, аналізу та поширенню інформації стосовно сучасних процесів розвитку підприємства. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів підприємств, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасних умов ведення економічної діяльності.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальше навчання		
Придатність до працевлаштування		<p>Можливість працевлаштування на посади відповідно до:</p> <p>1) Національного класифікатора України ДК 003:2010 «Класифікатор професій» (ДК 003:2010), зазначені в розділі 3 «Фахівці» за кодами професійних угруповань:</p> <p>311 «Технічні фахівці в галузі фізичних наук та техніки», 341 «Фахівці в галузі фінансів і торгівлі»; 342 «Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери»; 343 «Технічні фахівці в галузі управління»;</p> <p>2) Міжнародного стандарту класифікацій професій 2008 (International Standard Classification of Occupations, ISCO-08), зазначені в розділі 3 «Техніки та помічники професіоналів» за кодами професійних угруповань:</p> <p>311 «Технічні фахівці в галузі фізичних наук та техніки»; 331 «Помічники професіоналів в галузі фінансів та математичних наук»; 332 «Агенти та брокери зі збуту та закупок»; 333 «Агенти з надання бізнес-послуг».</p>
Подальше навчання		Можливість продовжувати освіту за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання		<p>Студентоцентроване, інтерактивне, диференційоване, проблемно-орієнтоване, ситуаційне навчання. Освітній процес підтримано системою електронного забезпечення навчання ЗНУ (на платформі Moodle, а також онлайн-платформах Zoom, Skype, GoogleClassroom.).</p> <p>Форми організації освітнього процесу та види навчальних занять: лекції, семінари, лабораторні, практичні заняття, самостійна робота, консультації з викладачами.</p> <p>Методи навчання : кейс-методики, дискусії, рольові ігри, групові проекти.</p>
Оцінювання		<p>Поточний контроль, підсумковий контроль (заліки, екзамени, тести, захист звітів з практики, захист курсових робіт); атестаційний екзамєн.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою.</p>
6 – Програмні компетентності		
Вид компетентності	шифр	
Інтегральна компетентність	ІК	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі

		навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	ЗК	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні	СК	<p>Освітні компетентності, встановлені стандартом вищої освіти</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p>

		<p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>Освітні компетентності, встановлені освітньою програмою</p> <p>СК 15. Здатність критично аналізувати і узагальнювати концепції в області сучасного маркетингу.</p> <p>СК 16. Здатність створювати електронне тіло бізнесу та просувати його з використанням сучасних методів інтернет-маркетингу.</p> <p>СК 17. Здатність оперувати основами у сферах: статистику, фінанси, гроші та кредит.</p> <p>СК 18 Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, оцінювати сучасні економічні явища.</p> <p>СК 19. Здатність обґрунтовувати теоретико-методичні питання ринку праці, його економічних категорій та соціально-економічних питань трудових відносин у суспільстві.</p> <p>СК 20. Здатність аналізувати інформативні потоки в соціально-економічних системах, прогнозувати їх поведінку, оцінювати і будувати економічні моделі різного рівня.</p> <p>СК 21.Здатність вести бухгалтерський облік на підприємстві.</p> <p>СК 22. Здатність організовувати і управляти діяльністю підприємства.</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7 – Програмні результати навчання

шифр ПРН	Програмні результати навчання, встановлені стандартом вищої освіти
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 7	

ПРН 8	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН 9	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН 10	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН 11	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 12	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН 13	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 14	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 15	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 16	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ПРН 17	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН 18	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН 19	Програмні результати навчання, встановлені освітньою програмою
ПРН 20	Демонструвати вміння та застосовувати сучасні підходи щодо створення цифрового тіла бізнесу та просування його за допомогою сучасних методів інтернет-маркетингу.
ПРН 21	Показати належний рівень знань у сферах: статистика, фінанси, гроші та кредит, знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансових наук.
ПРН 22	Демонструвати вміння та обґрунтовувати теоретико-методичні питання ринку праці, його економічних категорій та соціально-економічних питань трудових відносин у суспільстві.
ПРН 23	Вміти аналізувати інформативні потоки в соціально-економічних системах, прогнозувати їх поведінку, оцінювати і будувати економічні моделі різного рівня.
ПРН 24	Показати належний рівень знань, щодо ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.
ПРН 25	Вміти організовувати і управляти діяльністю підприємства. Досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, оцінювати сучасні економічні явища.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Освітній процес здійснюється викладачами кафедри управління персоналом і маркетингу, серед яких 5 професори, 2 доценти, 3 кандидати економічних наук. Науково-педагогічні та наукові працівники, які здійснюють освітній процес, відповідають вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в

	редакції постанови Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 р. № 347). Викладачі проходять підвищення кваліфікації відповідно до визначених термінів та активно беруть участь у міжнародних стажуваннях.
Матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії оснащені мультимедійним обладнанням та доступом до Інтернету що сприяє підвищенню результативності навчання. Для потреб переважно використовуються площі навчальних корпусів: 2, 5, 6. Переважна кількість занять проходить в аудиторіях 5 корпусу, оснащених мультимедійними засобами (125, 206, 207, 204).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Для дисциплін розроблені навчально-методичні комплекси, які містять силабуси, методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи, контрольні та тестові завдання, конспект лекцій, що є у вільному доступі в системі CE3H Moodle.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Запорізьким національним університетом та закладами вищої освіти України (Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Національний університет «Острозька академія», Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького, Одеський державний економічний університет).
Міжнародна кредитна мобільність	За результатами конкурсу Еразмус+ на 2020 рік Запорізький національний університет отримав можливість брати участь в академічній мобільності в UNIVERSITA DEGLI STUDI DI FOGGIA (Італія), UNIWERSYTET GDANSKI (Польща), INSTITUTO POLITECNICO DO PORTO (Португалія), UNIVERSITATEA BABES BOLYAI (Румунія).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливість навчання іноземних громадян відповідно до умов, затверджених в університеті

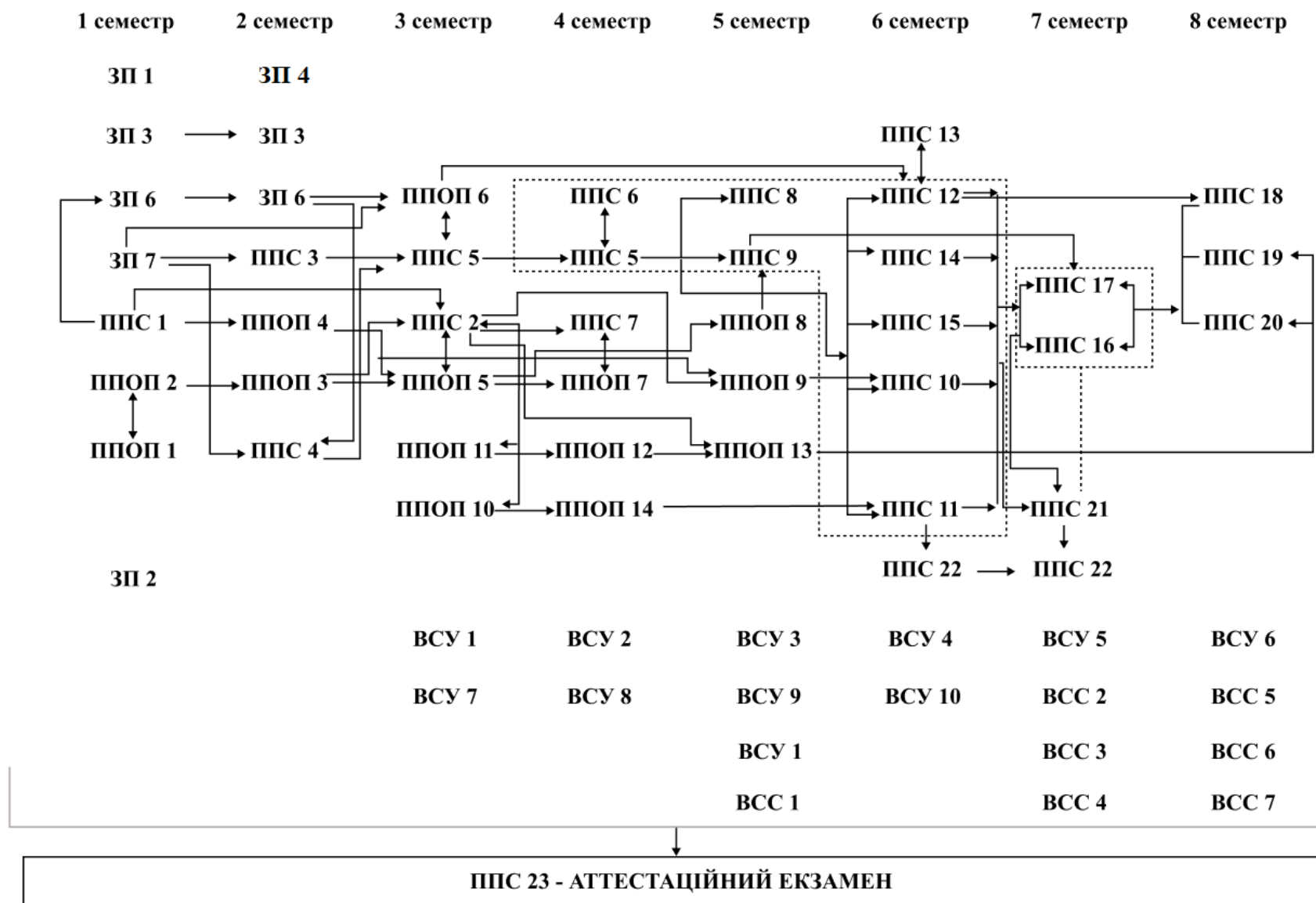
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1.Перелік компонент освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів «Маркетинг»

Код навч. дисц.	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (робота), види практики, кваліфікаційна робота тощо)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
Цикл загальної підготовки			
ЗП 1	Історія України	3	Екзамен
ЗП 2	Фізичне виховання	3	Залік
ЗП 3	Іноземна мова	6	Екзамен
ЗП 4	Українська мова професійного спрямування	3	Екзамен
ЗП 5	Права і свободи людини і громадянина в Україні	3	Залік
ЗП6	Інформаційні технології в управлінні економічними системами	6	Залік
ЗП7	Теорія проведення маркетингових досліджень	6	Залік
Цикл професійної підготовки спеціальності			
ППС1	Математичні основи економіки	3	Екзамен
ППС 2	Економіка підприємства	5	Екзамен
ППС 3	Комерційне товарознавство	4	Залік
ППС 4	Основи інноваційного бізнесу	6	Екзамен
ППС 5	Маркетинг	9	Екзамен
ППС 6	Курсова робота з маркетингу	1	Залік/Курсова
ППС 7	Ризикологія	5	Екзамен

ППС 8	Маркетинг в фінансових установах	3	Залік
ППС 9	Міжнародний маркетинг	5	Екзамен
ППС 10	Оцінка ефективності маркетингових рішень	5	Екзамен
ППС 11	Маркетинг в управлінні людськими ресурсами	4	Екзамен
ППС 12	Інформаційні технології в маркетингу	4	Екзамен
ППС 13	Курсова робота з інформаційних технологій в маркетингу	1	Залік/Курсова
ППС 14	Логістика	4	Залік
ППС 15	Реклама і стимулювання збуту	4	Екзамен
ППС 16	Маркетингова товарна політика	3	Екзамен
ППС 17	Міжнародна конкурентоспроможність	3	Залік
ППС 18	Цифровий маркетинг	5	Екзамен
ППС 19	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ППС 20	Управління проектами в маркетинговій діяльності	5	Екзамен
ППС 21	Курсова робота з фаху	3	Залік/Курсова
ППС 22	Виробнича практика	5	Залік
	Виробнича практика	6	Залік
ППС 23	Атестаційний екзамен	2	Екзамен
Цикл професійної підготовки освітньої програми			
ППОП 1	Регіональна економіка	3	Екзамен
ППОП 2	Економічна теорія	4	Екзамен
ППОП 3	Мікроекономіка	3	Залік
ППОП 4	Теорія ймовірностей і математична статистика	3	Залік
ППОП 5	Макроекономіка	3	Екзамен
ППОП 6	Комунікаційні технології в соціальних мережах	3	Залік
ППОП 7	Статистика	4	Залік
ППОП 8	Міжнародна економіка	4	Екзамен
ППОП 9	Економетрія	3	Екзамен
ППОП 10	Управлінська діяльність підприємства	4	Екзамен
ППОП 11	Фінанси	4	Екзамен
ППОП 12	Гроші і кредит	4	Екзамен
ППОП 13	Бухгалтерський облік	4	Екзамен
ППОП 14	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180	
Вибіркові компоненти освітньої програми			
Дисципліни вільного вибору студента в межах Університету			
ВСУ 1	Вибіркова дисципліна №1	3	Залік
ВСУ 2	Вибіркова дисципліна №2	3	Залік
ВСУ 3	Вибіркова дисципліна №3	3	Залік
ВСУ 4	Вибіркова дисципліна №4	3	Залік
ВСУ 5	Вибіркова дисципліна №5	3	Залік
ВСУ 6	Вибіркова дисципліна №6	3	Залік
ВСУ 7	Вибіркова дисципліна, що забезпечує формування компетентності з української та зарубіжної культури	3	Залік
ВСУ 8	Вибіркова дисципліна, що забезпечує формування компетентності з медичної допомоги, безпеки життєдіяльності, охорони праці, цивільного захисту	3	Залік
ВСУ 9	Вибіркова дисципліна, що забезпечує формування компетентності з філософії, соціально-політичних наук	3	Залік
ВСУ 10	Вибіркова дисципліна, що забезпечує формування інформаційно-комунікаційної компетентності	3	Залік
Дисципліни вільного вибору студента в межах спеціальності			
ВСС 1	Вибіркова дисципліна № 1	6	Залік
ВСС 2	Вибіркова дисципліна № 2	4	Екзамен
ВСС 3	Вибіркова дисципліна № 3	4	Екзамен
ВСС 4	Вибіркова дисципліна № 4	4	Екзамен
ВСС 5	Вибіркова дисципліна № 5	4	Екзамен
ВСС 6	Вибіркова дисципліна № 6	4	Залік
ВСС 7	Вибіркова дисципліна № 7	4	Залік
Загальний обсяг вибірових компонентів:		60	
Загальний обсяг освітньої програми		240	

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



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Підсумкова атестація випускників-бакалаврів, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен є обов'язковим для всіх студентів, публічним та передбачає оцінювання обов'язкових результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою. Здобувач освіти має демонструвати вміння використовувати сформовані компетентності та результати навчання, робити обґрунтовані висновки і формулювати конкретні пропозиції та рекомендації щодо розв'язаної задачі.

Складання атестаційного екзамену проводиться на відкритому засіданні екзаменаційної комісії та передбачає:

- тестування;
- представлення відповідей на запитання екзаменаційного білета і розв'язання задачі;
- відповіді здобувачів на запитання членів екзаменаційної комісії;
- оголошення в той же день після закінчення атестаційного екзамену оцінки та оформлення протоколу засідання комісії;
- ухвалення комісією рішення про присвоєння освітньої кваліфікації за спеціальністю.

4.Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів «Маркетинг»

	ЗК-1	ЗК-2	ЗК-3	ЗК-4	ЗК-5	ЗК-6	ЗК-7
ЗП 1		X					
ЗП 2		X					
ЗП 3							
ЗП 4	X			X			
ЗП 5	X	X					
ЗП 6				X			X
ЗП 7			X	X			
ППС 1			X	X			
ППС 2			X	X			
ППС 3				X			X
ППС 4			X	X			
ППС 5			X	X		X	
ППС 6				X			X
ППС 7							
ППС 8			X				
ППС 9				X			X
ППС 10				X	X		X
ППС 11							
ППС 12			X				
ППС 13			X				
ППС 14			X				
ППС 15							
ППС 16			X		X		X
ППС 17			X	X			X
ППС 18			X				
ППС 19							
ППС 20				X			X
ППС 21				X	X		X
ППС 22			X	X	X	X	X
ППС 23							
ППОП 1			X	X			
ППОП 2				X			
ППОП 3				X			
ППОП 4				X			X
ППОП 5				X			
ППОП 6				X		X	
ППОП 7			X	X			
ППОП 8				X			
ППОП 9				X			X
ППОП 10			X				X
ППОП 11			X	X			
ППОП 12				X			
ППОП 13			X	X			X
ППОП 14				X			

ЗК 14	ЗК 13	ЗК 12	ЗК 11	ЗК 10	ЗК 9	ЗК 8	
							ЗП 1
							ЗП 2
	X			X			ЗП 3
							ЗП 4
X							ЗП 5
		X			X		ЗП 6
		X				X	ЗП 7
							ППС 1
							ППС 2
							ППС 3
							ППС 4
							ППС 5
							ППС 6
		X					ППС 7
							ППС 8
	X				X		ППС 9
X			X			X	ППС 10
		X	X				ППС 11
							ППС 12
							ППС 13
							ППС 14
							ППС 15
							ППС 16
						X	ППС 17
					X		ППС 18
						X	ППС 19
		X					ППС 20
							ППС 21
						X	ППС 22
							ППС 23
							ППОП 1
							ППОП 2
							ППОП 3
							ППОП 4
							ППОП 5
							ППОП 6
					X	X	ППОП 7
	X	X					ППОП 8
							ППОП 9
			X				ППОП 10
							ППОП 11
							ППОП 12
							ППОП 13
			X				ППОП 14

СК-7	СК-6	СК-5	СК-4	СК-3	СК-2	СК-1	
							ЗП 1
							ЗП 2
							ЗП 3
							ЗП 4
							ЗП 5
	X						ЗП 6
				X		X	ЗП 7
							ППС 1
							ППС 2
X							ППС 3
X	X					X	ППС 4
X						X	ППС 5
X						X	ППС 6
		X	X				ППС 7
		X		X		X	ППС 8
							ППС 9
		X					ППС 10
							ППС 11
		X	X	X		X	ППС 12
					X	X	ППС 13
							ППС 14
							ППС 15
							ППС 16
X							ППС 17
							ППС 18
X							ППС 19
	X						ППС 20
X						X	ППС 21
X		X		X	X	X	ППС 22
							ППС 23
							ППОП 1
							ППОП 2
							ППОП 3
							ППОП 4
							ППОП 5
							ППОП 6
							ППОП 7
							ППОП 8
							ППОП 9
							ППОП 10
							ППОП 11
							ППОП 12
							ППОП 13
							ППОП 14

СК-22	СК-21	СК-20	СК-19	СК-18	СК-17	СК-16	
							ЗП 1
							ЗП 2
							ЗП 3
							ЗП 4
							ЗП 5
							ЗП 6
							ЗП 7
							ППС 1
							ППС 2
							ППС 3
							ППС 4
							ППС 5
							ППС 6
							ППС 7
							ППС 8
							ППС 9
							ППС 10
							ППС 11
						X	ППС 12
							ППС 13
							ППС 14
							ППС 15
							ППС 16
							ППС 17
							ППС 18
							ППС 19
							ППС 20
							ППС 21
							ППС 22
							ППС 23
							ППОП 1
				X			ППОП 2
				X			ППОП 3
					X		ППОП 4
				X			ППОП 5
						X	ППОП 6
					X		ППОП 7
				X			ППОП 8
		X					ППОП 9
X							ППОП 10
					X		ППОП 11
					X		ППОП 12
	X						ППОП 13
			X				ППОП 14

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів «Маркетинг»

ПРН-06	ПРН-05	ПРН-04	ПРН-03	ПРН-02	ПРН-01	
						ЗП 1
						ЗП 2
						ЗП 3
						ЗП 4
						ЗП 5
						ЗП 6
X		X		X	X	ЗП 7
	X					ППС 1
		X				ППС 2
X		X		X	X	ППС 3
X						ППС 4
X	X	X	X		X	ППС 5
X	X				X	ППС 6
						ППС 7
	X					ППС 8
X		X	X			ППС 9
	X	X		X		ППС 10
						ППС 11
						ППС 12
						ППС 13
X			X		X	ППС 14
			X			ППС 15
X		X		X		ППС 16
X		X	X	X		ППС 17
						ППС 18
X				X		ППС 19
						ППС 20
X	X	X	X		X	ППС 21
X	X	X	X		X	ППС 22
						ППС 23
				X		ППОП 1
						ППОП 2
						ППОП 3
						ППОП 4
						ППОП 5
						ППОП 6
		X				ППОП 7
						ППОП 8
				X		ППОП 9
						ППОП 10
						ППОП 11
						ППОП 12
						ППОП 13
						ППОП 14

ПРН-13	ПРН-12	ПРН-11	ПРН-10	ПРН-09	ПРН-08	ПРН-07	
							ЗП 1
							ЗП 2
							ЗП 3
							ЗП 4
							ЗП 5
			X			X	ЗП 6
	X						ЗП 7
							ППС 1
X							ППС 2
		X					ППС 3
			X		X		ППС 4
		X					ППС 5
		X					ППС 6
			X	X			ППС 7
	X	X					ППС 8
					X		ППС 9
X			X				ППС 10
X			X				ППС 11
						X	ППС 12
						X	ППС 13
							ППС 14
						X	ППС 15
		X	X				ППС 16
	X						ППС 17
					X	X	ППС 18
							ППС 19
	X				X	X	ППС 20
		X	X	X			ППС 21
							ППС 22
							ППС 23
	X						ППОП 1
			X				ППОП 2
			X				ППОП 3
	X		X				ППОП 4
							ППОП 5
						X	ППОП 6
							ППОП 7
		X					ППОП 8
							ППОП 9
X							ППОП 10
							ППОП 11
							ППОП 12
							ППОП 13
X							ППОП 14

ПРН-20	ПРН-19	ПРН-18	ПРН-17	ПРН-16	ПРН-15	ПРН-14	
		X					3П 1
		X					3П 2
			X				3П 3
			X				3П 4
		X			X		3П 5
							3П 6
							3П 7
							ППС 1
							ППС 2
							ППС 3
							ППС 4
		X		X		X	ППС 5
				X		X	ППС 6
						X	ППС 7
							ППС 8
							ППС 9
							ППС 10
							ППС 11
				X			ППС 12
				X			ППС 13
							ППС 14
							ППС 15
							ППС 16
							ППС 17
							ППС 18
					X		ППС 19
							ППС 20
				X			ППС 21
				X			ППС 22
							ППС 23
							ППОП 1
							ППОП 2
							ППОП 3
							ППОП 4
							ППОП 5
	X						ППОП 6
							ППОП 7
							ППОП 8
							ППОП 9
							ППОП 10
X							ППОП 11
X							ППОП 12
							ППОП 13
							ППОП 14

ПРН-25	ПРН-24	ПРН-23	ПРН-22	ПРН-21	
					ЗП 1
					ЗП 2
					ЗП 3
					ЗП 4
					ЗП 5
					ЗП 6
					ЗП 7
					ППС 1
					ППС 2
					ППС 3
					ППС 4
					ППС 5
					ППС 6
					ППС 7
					ППС 8
					ППС 9
					ППС 10
					ППС 11
					ППС 12
					ППС 13
					ППС 14
					ППС 15
					ППС 16
					ППС 17
					ППС 18
					ППС 19
					ППС 20
					ППС 21
					ППС 22
					ППС 23
					ППОП 1
X					ППОП 2
X					ППОП 3
					ППОП 4
X					ППОП 5
					ППОП 6
					ППОП 7
X					ППОП 8
			X		ППОП 9
	X				ППОП 10
					ППОП 11
					ППОП 12
		X			ППОП 13
				X	ППОП 14

