

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

Голова вченої ради



Олександр БЕЗЛЮДНИЙ

протокол № 04 від «04» 04 2022 р.



Освітня програма вводиться в дію з 09 2022 р.

Ректор



Олександр БЕЗЛЮДНИЙ

наказ № 6060 від «09» 05 2022 р.



Умань, 2022 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Бакалавр
КВАЛІФІКАЦІЯ ОСВІТНЯ	Бакалавр маркетингу

Освітньо-професійну / освітньо-наукову програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 6 від «28» січня 2022 р.)

Завідувач кафедри

Світлана ПОДЗІГУН

Освітньо-професійну/ освітньо-наукову програму схвалено вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 10 від «15» лютого 2022 р.)

Голова вченої ради інституту

Максим СЛАТВИНСЬКИЙ

Освітньо-професійну/ освітньо-наукову програму погоджено навчально-методичним відділом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Начальник відділу

Ірина ДЕНИСЮК

Освітньо-професійну програму погоджено навчально-методичною радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Голова ради

Валентина РОЗГОН

Освітньо-професійна програма розроблена проектною групою кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини відповідно до затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг першого рівня вищої освіти.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми):

Корнієнко Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Члени проектної групи:

1. **Білошкурська Наталія Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

2. **Пачева Наталія Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Ця освітня програма (освітньо-професійна програма) не може бути повністю чи частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Красновид Ю. В., співвласник рекламної агенції «Красновид» ФОП Красновид Ю. А.;

2. Ренський С. О., директор ПрАТ «Технолог»;

3. Безпалько М. М., директор ДП Уманський Лікero-горілчаний завод.

4. Грановський Г. С., директор ПрАТ «Агрошляхбуд».

5. Соковніна Д. М., доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва, к. е. н., доцент.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

I. Профіль освітньої програми зі спеціальності

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти, кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший рівень вищої освіти. Кваліфікація: бакалавр маркетингу.
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Серія НД № 2489198 Відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 20.12.2016 р. протокол № 123 (наказом МОН України від 26.12.2016 р. № 1613) в галузі знань (спеціальності) 07 Управління та адміністрування, 075 Маркетинг визнано акредитованим за рівнем бакалавр (на підставі наказу МОН України від 19.12.2016 р. № 1565) Термін дії сертифіката до 1 липня 2026 р.
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень: НРК України - 6 рівень, FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти.
Мова(и) викладання	Українська мова.
Термін дії освітньої програми	3 роки 10 місяців.
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://econom.udpu.org.ua/osvitnya-programa
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють глибокими знаннями та професійними компетенціями щодо забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємства.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування. Management and administration 075 Маркетинг. Marketing Цикл загальної підготовки: дисципліни гуманітарної (8,3%) та фундаментальної (21,3%) підготовки; цикл професійної

	підготовки (35%); цикл дисциплін вільного вибору студента (25%); цикл науково-дослідницької роботи і практики (10,4%).
Академічні права	Можливість навчатися на наступному рівні вищої освіти
Орієнтація освітньої програми	Програма професійна прикладна; структура програми передбачає динамічне, інтегративне та інтерактивне навчання. Програма пропонує комплексний підхід до управління сучасним підприємством, та реалізує це через навчання та практичну підготовку. Дисципліни які включені в цю програму представляють перспективи, засновані на теорії, яка тісно пов'язана з практичним застосуванням у бізнесі та підприємстві. Ця програма дозволяє студентам набути необхідні навички та досвід маркетингового управління, ціноутворення, логістичного обслуговування, просування та збуту товарів і послуг в умовах ринкової економіки.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма «Маркетинг». Акцент робиться на формування та розвиток професійної компетентності для здійснення дослідницької та інноваційної діяльності у галузі маркетингу з урахуванням сучасних вимог економіки, політики, світових тенденцій та загальноєвропейських цінностей.
Особливості програми	Програма розвиває перспективи професійної підготовки фахівців в маркетингу з урахуванням специфічних особливостей функціонування сучасних підприємств та ринкової кон'юнктури; підвищує рівень управління та розвитку сучасного маркетингу; виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом». Програма викладається українською мовою.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: 3415: технічні та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівоаяжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний); 3416: закупники; 3419: інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі (інспектор торговельний, інспектор-товарознавець, організатор з постачання, організатор із збуту, товарознавець) 3429: агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами). 3436.1: помічники керівників підприємств, установ та організацій.
Подальше навчання	Бакалавр за ОП «Маркетинг» може продовжити навчання за освітнім ступенем «Магістр».
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Підхід до викладання та навчання передбачає: упровадження принципів студентоцентричного навчання з метою врахування освітніх цінностей та потреб суб'єкта навчальної діяльності; організацію навчальної діяльності на засадах особистісно-орієнтованого навчання; запровадження інтерактивних методів навчання з метою формування професійних навичок, що забезпечують розвиток критичного

	<p>мислення у студентів; тісну співпрацю студентів з викладачами та науковцями, задіяними у сфері освіти; підтримку та консультування студентів з боку галузевих науково-дослідних інститутів; залучення до консультування студентів визнаних педагогів-практиків; інформаційну підтримку щодо участі студентів у конкурсах на одержання іменних стипендій, премій, грантів (у тому числі міжнародних); сприяння участі студентів у студентських наукових олімпіадах, конкурсах.</p>
Оцінювання	<p>Формами контролю знань здобувачів освітньої програми є поточний, модульний, рубіжний (міжсесійна атестація), підсумковий і діагностичний. Поточний контроль проводять з метою визначення рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти на різних етапах опанування навчальної дисципліни, забезпечення зворотного зв'язку між викладачем і здобувачем у процесі навчання, управління навчальною мотивацією здобувача та здійснення коригуючих дій щодо подальшої організації освітнього процесу задля забезпечення досягнення поставлених освітніх цілей. Модульний контроль проводять з метою виявлення знань, умінь та навичок здобувачів, набутих у результаті опанування певної частини навчального матеріалу, що складає завершений навчальний модуль, та порівняння виявлених знань, умінь, навичок і набутих компетентностей з тим, що передбачалося робочою навчальною програмою дисципліни. Рубіжний контроль (міжсесійна атестація) має на меті визначення рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти після завершення вивчення ними окремих розділів, тем навчальних дисциплін тощо, його проводять, зазвичай, в середині семестру. Підсумковий контроль проводять з метою визначення результатів навчальних досягнень здобувача вищої освіти на певному освітньому рівні або на окремих його завершених етапах. Підсумковий контроль включає семестровий контроль результатів навчання та атестацію здобувачів вищої освіти. Проведення семестрового контролю у формах екзамену чи заліку з конкретної навчальної дисципліни регламентує «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену.</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>Здатність розв'язувати складні завдання і практичні проблеми у галузі маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій та характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.</p>
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</p>

	<p>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>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>

	<p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>7 – Нормативний зміст підготовки, сформульований у термінах програмних результатів навчання</p>	
<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>	
<p>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</p>	

Кадрове забезпечення	<p>Гарант освітньо-професійної програми: Корнієнко Т. О., доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки, канд. екон. наук, доцент.</p> <p>Розробники програми: Білошкурська Н. В., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, канд. екон. наук, доцент; Пачева Н. О., доцент маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, канд. екон. наук, доцент.</p> <p>Фахову підготовку здійснює кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, науково-педагогічний склад якої складається з достатньої кількості докторів економічних наук, професорів, кандидатів економічних наук, доцентів. Для викладання фахових дисциплін залучаються фахівці, що мають значний досвід практичної роботи. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації та/або стажування, в т. ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – 5 навчальних корпусів; – гуртожитки; – 2 спеціалізовані лабораторії; – 2 комп'ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет (90%); – 5 мультимедійного обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально – методичне забезпечення	<p>Щорічно оновлену інформацію про організацію освітньої діяльності для підготовки здобувачів вищої освіти розміщують на сайті Університету https://udpu.edu.ua у рубриці «Навчання». Освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти опубліковують і розміщують на веб-сайті Університету в рубриці «Навчання. Освітні програми» https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy. На сайті університету також висвітлюють: академічний календар (оновлений на кожний навчальний рік); графік освітнього процесу (оновлений на кожний навчальний рік); нормативні документи (положення), які регламентують організацію освітнього процесу в Університеті.</p> <p>Підтримку навчальної діяльності та управління освітнім процесом в інформаційному середовищі Університету забезпечують сайти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – інформаційно-освітнє середовище https://dls.udpu.edu.ua яке містить електронні навчальні курси (ЕНК) для здобувачів вищої освіти. Кожна навчальна дисципліна має електронну підтримку у вигляді електронного курсу з теоретичним матеріалом, ресурсами для виконання лабораторних та практичних робіт, самостійної роботи, поточного, модульного і підсумкового контролів; – електронний архів навчальних, наукових та навчально-методичних матеріалів https://library.udpu.edu.ua, до яких увійшли оцифровані підручники, посібники, навчально-методичні матеріали, електронні копії наукових статей працівників університету; матеріали конференцій, які проводилися в університеті, автореферати дисертацій,

	<p>захищених в Університеті, методичні матеріали на підтримку навчального процесу, патенти.</p> <p>Відкрито доступ наукометричних баз даних Web of Science та SCOPUS видавництва Elsevier, контент-платформи Wiley Online Library та платформи ScienceDirect що надають користувачам можливість отримати результати тематичного пошуку, відслідкувати свій рейтинг.</p> <p>Бібліотечний фонд університету багатогалузевий, нараховує 417 446 примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, зокрема рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів, авторефератів дисертацій, дисертацій. Бібліотека щороку здійснює переplatу 202 назв методичних, наукових, фахових періодичних видань. В структурі бібліотеки наявні 6 читальних залів на 45 посадкових місць. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт Університету: https://library.udpu.edu.ua.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачає їхню участь в освітньому процесі Університету та партнерських закладів освіти, проходження навчальної або виробничої практики, проведення наукових досліджень із можливістю перезарахування в установленому порядку опанованих навчальних дисциплін, практик тощо.</p> <p>Основні цілі і завдання, організаційне забезпечення академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті, порядок визнання та перезарахування результатів їхнього навчання, права та обов'язки осіб, які беруть участь у програмах академічної мобільності, порядок звітності та оформлення документів за результатами їхнього навчання регламентує «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини».</p> <p>Угода про співробітництво ПАТ КБ Приватбанк, м. Умань</p> <p>Угода про співробітництво ПрАТ «Технолог», м. Умань</p> <p>Угода про співпрацю в сфері надання освітніх послуг з військової підготовки за програмою підготовки офіцерів запасу громадян України, Військовий інститут ракетних військ і артилерії Сумського державного університету, м. Суми</p> <p>Угода про співпрацю в сфері надання освітніх послуг з військової підготовки за програмою підготовки офіцерів запасу громадян України, Військової академії, м. Одеса.</p> <p>Договір про академічну співпрацю.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Право здобувачів вищої освіти на академічну мобільність реалізовується на підставі міжнародних програм і проєктів, договорів про співробітництво в галузі освіти і науки між Університетом та закладами-партнерами або з власної ініціативи здобувача, підтримуваної адміністрацією Університету, на основі індивідуальних запрошень.</p> <p>Угода про співробітництво 04.05.2010 (безстрокова), Вища державна школа професійної освіти у Гнєзно. Польща.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Передбачена можливість навчання іноземних студентів.</p>

II. Перелік освітніх компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОК			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК 01	Українська мова за професійним спрямуванням	4	екзамен
ОК 02	Соціально-економічна історія України	4	екзамен
ОК 03	Іноземна мова	8	екзамен
ОК 04	Економічна соціологія	3	залік
ОК 05	Основи наукових досліджень	3	залік
ОК 06	Політекономія	4	екзамен
ОК 07	Комунікативний менеджмент	3	екзамен
ОК 08	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)	4	екзамен
ОК 09	Економічна психологія	3	екзамен
ОК 10	Управління кар'єрою	3	екзамен
ОК 11	Економічна інформатика	6	екзамен
ОК 12	Автоматизація економічних процесів	3	залік
ОК 13	Тайм-менеджмент	4	екзамен
ОК 14	Правові засади господарської діяльності	3	залік
ОК 15	Економікс	6	екзамен
ОК 16	Самоменеджмент	4	залік
ОК 17	Економічна етика та діловий етикет	3	екзамен
ОК 18	Фізичне виховання	4	залік
Всього		71	
II. Цикл професійної підготовки			
ОК 19	Маркетинг	8	залік/ екзамен
ОК 20	Менеджмент	4	екзамен
ОК 21	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ОК 22	Статистика	4	екзамен
ОК 23	Товарознавство	4	екзамен
ОК 24	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 25	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК 26	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
ОК 27	Промисловий маркетинг	4	екзамен
ОК 28	Управління продажами	4	екзамен
ОК 29	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 30	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 31	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 32	Маркетинговий аудит	4	екзамен
ОК 33	Логістика	4	екзамен
ОК 34	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг	4	екзамен

ОК 35	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	екзамен
ОК 36	Діджитал-маркетинг	4	екзамен
ОК 37	Паблік-релейшнз	3	екзамен
ОК 38	Основи конкуренції	4	екзамен
ОК 38	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1	К/р
ОК 40	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»	1	К/р
Всього		88	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		157	
Вибіркові компоненти ОП			
Загальний обсяг вибіркових компонентів:		60	
III. Наукова-дослідна робота в практика			
П.	Практична підготовка		
ПП.01	Навчальна практика	6	залік
ПП.02	Виробнича практика	6	залік
ПП.03	Виробнича практика	6	залік
	Атестація		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

III. Логічна послідовність освітніх компонент освітньої програми

Код н/д	Обов'язкові компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, атестація)
1 семестр	
OK 01	Українська мова (за професійним спрямуванням)
OK 02	Соціально-економічна історія України
OK 03	Іноземна мова
OK 18	Фізичне виховання
OK 05	Основи наукових досліджень
OK 06	Політекономія
OK 11	Економічна інформатика
OK 14	Правові засади господарської діяльності
OK 17	Економічна етика і діловий етикет
2 семестр	
OK 03	Іноземна мова
OK 18	Фізичне виховання
OK 04	Економічна соціологія
OK 09	Економічна психологія
OK 11	Економічна інформатика
OK 13	Тайм-менеджмент
OK 15	Економік
OK 16	Самоменеджмент
OK 38	Основи конкуренції
3 семестр	
OK 03	Іноземна мова
OK 07	Комунікативний менеджмент
OK 15	Економікс
OK 19	Маркетинг
OK 20	Менеджмент
OK 22	Статистика
4 семестр	
OK 03	Іноземна мова
OK 08	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)
OK 19	Маркетинг
OK 21	Бухгалтерський облік
OK 23	Товарознавство
5 семестр	
OK 10	Управління кар'єрою
OK 12	Автоматизація економічних процесів
OK 25	Маркетингові комунікації
OK 30	Маркетингова товарна політика
OK 25	Інформаційні системи і технології в маркетингу
6 семестр	
OK 26	Маркетингове ціноутворення
OK 24	Маркетингові дослідження
OK 27	Промисловий маркетинг

ОК 34	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг
	7 семестр
ОК 31	Маркетинг послуг
ОК 33	Логістика
ОК 37	Паблік рілейшнз
	8 семестр
ОК 29	Поведінка споживача
ОК 28	Управління продажами
ОК 32	Маркетинговий аудит
ОК 36	Діджитал маркетинг

IV. ОПИС ПРОГРАМИ

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
Обов'язкові компоненти ОП		
ЗК1, ЗК2, ЗК4, ЗК12, ФК1	ПРН3, ПРН17	Українська мова за професійним спрямуванням
ЗК1, ЗК2, ЗК14, ФК1	ПРН17, ПРН 18	Соціально-економічна історія України
ЗК4, ЗК10, ЗК12, ЗК13, ФК1	ПРН1, ПРН12, ПРН17	Іноземна мова
ЗК2, ЗК14, ФК1	ПРН15, ПРН18	Економічна соціологія
ЗК3, ЗК7, ЗК8, ФК1, ФК12	ПРН1, ПРН12	Основи наукових досліджень
ЗК14, ФК1, ФК3	ПРН11, ПРН18	Політекономія
ЗК4, ЗК11, ЗК12, ФК14	ПРН13, ПРН14, ПРН16	Комунікативний менеджмент
ЗК3, ЗК7, ЗК8, ФК3, ФК5, ФК7	ПРН2, ПРН4, ПРН11	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)
ЗК12, ЗК14, ФК2	ПРН13, ПРН15, ПРН18	Економічна психологія
ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, ФК1, ФК2, ФК5, ФК12	ПРН1, ПРН12, ПРН16	Управління кар'єрою
ЗК4, ЗК9, ФК9, ФК12	ПРН7, ПРН11	Економічна інформатика
ЗК4, ЗК9, ФК9, ФК12	ПРН7, ПРН11	Автоматизація економічних процесів
ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК11, ФК1, ФК6, ФК13	ПРН9, ПРН12, ПРН13	Тайм-менеджмент
ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ФК7	ПРН9, ПРН15, ПРН18	Правові засади господарської діяльності

ЗК3, ЗК4, ЗК7, ЗК12, ФК1, ФК2	ПРН6, ПРН11, ПРН12, ПРН14	Економікс
ЗК3, ЗК5, ЗК11, ФК1	ПРН3, ПРН12, ПРН13, ПРН15	Самоменеджмент
ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК6, ФК1	ПРН15, ПРН17, ПРН18	Економічна етика та діловий етикет
ЗК2, ЗК14	ПРН18	Фізичне виховання
ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ФК1, ФК2, ФК4, ФК5, ФК12, ФК14	ПРН1, ПРН5, ПРН6, ПРН11, ПРН12,	Маркетинг
ЗК4, ЗК5, ЗК11, ЗК14, ФК12, ФК13	ПРН12, ПРН13, ПРН14, ПРН15	Менеджмент
ЗК3, ЗК4, ЗК7, ЗК9, ФК2, ФК5	ПРН3, ПРН4, ПРН7, ПРН10	Бухгалтерський облік
ЗК3, ЗК4, ЗК9, ФК3, ФК5	ПРН4, ПРН7, ПРН9,	Статистика
ЗК6, ЗК8, ФК4, ФК7, ФК13, ФК14	ПРН3, ПРН6, ПРН10	Товарознавство
ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ФК1, ФК4, ФК6, ФК7, ФК11, ФК11	ПРН4, ПРН5, ПРН6, ПРН10, ПРН16	Маркетингові дослідження
ЗК1, ЗК4, ЗК6, ЗК12, ЗК12, ФК5, ФК8, ФК9, ФК12, ФК14	ПРН1, ПРН2, ПРН5, ПРН8, ПРН10	Маркетингові комунікації
ЗК7, ЗК8, ФК2, ФК4, ФК5, ФК8, ФК14	ПРН2, ПРН5, ПРН6, ПРН8, ПРН11	Маркетингове ціноутворення
ЗК7, ФК3, ФК5, ФК7, ФК8, ФК9, ФК11	ПРН2, ПРН5, ПРН9, ПРН11	Промисловий маркетинг
ЗК3, ЗК7, ФК2, ФК7, ФК8, ФК9, ФК13	ПРН5, ПРН8, ПРН9, ПРН10	Управління продажами
ЗК3, ЗК4, ФК5, ФК6, ФК7, ФК11	ПРН5, ПРН8, ПРН10, ПРН11	Поведінка споживача
ЗК7, ФК3, ФК5, ФК7, ФК9, ФК14	ПРН3, ПРН6, ПРН8, ПРН9	Маркетингова товарна політика
ЗК4, ЗК13, ФК2, ФК5, ФК7, ФК11, ФК14	ПРН3, ПРН5, ПРН6	Маркетинг послуг
ЗК7, ЗК9, ФК1, ФК4, ФК5, ФК6, ФК10, ФК12	ПРН2, ПРН7, ПРН8, ПРН9	Маркетинговий аудит
ЗК6, ЗК7, ФК4, ФК5, ФК8, ФК14	ПРН6, ПРН8, ПРН16	Логістика
ЗК1, ЗК6, ФК1, ФК2, ФК5, ФК7, ФК14	ПРН1, ПРН3, ПРН4	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг
ЗК9, ФК10, ФК12	ПРН4, ПРН7, ПРН8	Інформаційні системи і технології в маркетингу
ЗК8, ЗК9, ФК8, ФК9, ФК10	ПРН4, ПРН7, ПРН8, ПРН9	Діджитал-маркетинг
ЗК9, ЗК6, ЗК11, ФК2, ФК4, ФК6, ФК9, ФК12, ФК14	ПРН3, ПРН8, ПРН17	Паблік-релейшнз
ЗК4, ЗК7, ФК7, ФК13, ФК14	ПРН3, ПРН11, ПРН9, ПРН13	Основи конкуренції
Практична підготовка ОП		
ЗК4, ЗК5, ФК1	ПРН1, ПРН11, ПРН16	Навчальна практика
ЗК7, ЗК11, ЗК12, ФК2, ФК5, ФК10	ПРН11, ПРН14, ПРН16	Виробнича практика
ЗК11, ЗК12, ЗК14, ФК3, ФК12	ПРН12, ПРН14, ПРН16	Виробнича практика

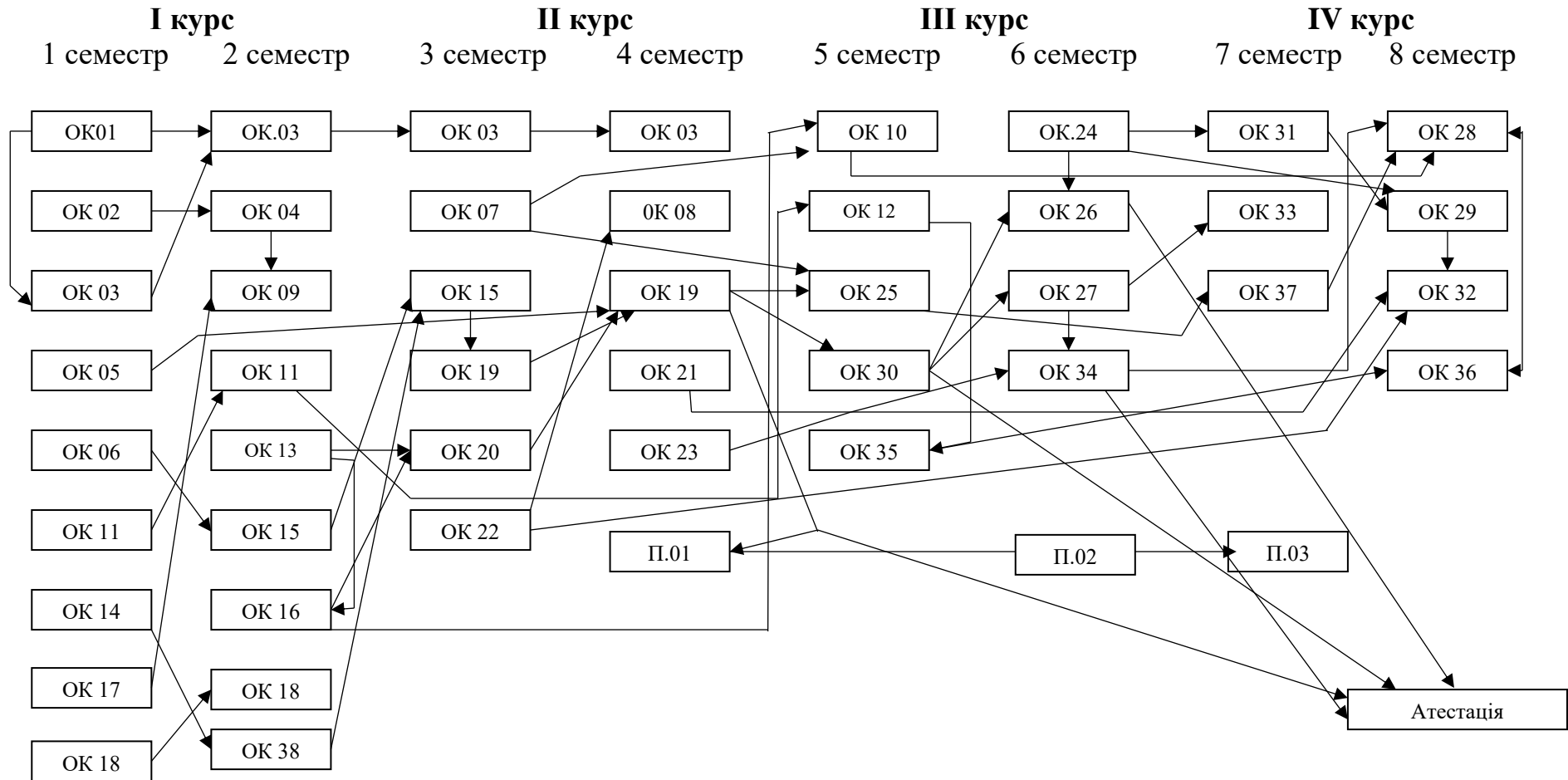
V. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми проводиться згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про Європейську кредитно-трансферну систему навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії» та інших нормативно-правових актів.

Атестація випускників освітньої програми здійснюється у формі атестаційного екзамену або кваліфікаційної роботи і завершується видачею документа державного зразка про присудження ступеня бакалавра маркетингу. Кваліфікаційна робота здобувача освітнього ступеня має бути передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання, що є результатом самостійного наукового дослідження з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

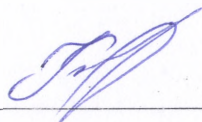
VI. Структурно-логічна схема ОП



VIII. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності: 075 Маркетинг

	OK01	OK02	OK03	OK04	OK05	OK06	OK07	OK08	OK09	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	III 01	III 02	III 03						
ПРН 1			+			+				+									+						+															+							
ПРН 2								+																	+	+	+				+																
ПРН 3	+															+					+									+	+																
ПРН 4								+													+	+	+	+									+	+	+												
ПРН 5																			+					+	+	+	+	+	+	+	+									+							
ПРН 6																+			+					+	+	+	+			+	+				+												
ПРН 7											+	+									+	+	+									+															
ПРН 8																								+	+	+	+	+	+	+	+																
ПРН 9													+	+								+		+				+	+	+	+																
ПРН 10																				+		+			+	+	+	+	+	+																	
ПРН 11								+			+	+			+				+						+	+																+	+				
ПРН 12			+			+				+			+		+	+			+	+																											
ПРН 13							+		+				+		+					+																											
ПРН 14							+								+					+																											
ПРН 15				+				+						+		+	+																														
ПРН 16							+			+														+																							
ПРН 17	+	+	+																																												
ПРН 18		+		+				+						+			+	+																													

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)



Тетяна КОРНІЄНКО