

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ  
Голова вченої ради

(протокол № 1/2017 від «02» березня 2017 р.)

Освітня програма вводиться в дію \_\_\_\_\_ 2017 р.




Ректор \_\_\_\_\_  
(наказ № 1762 від «05» березня 2017 р.)

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма заснована на компетентністному підході підготовки бакалавра у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Розроблено робочою групою (Науково-методичною комісією спеціальності 075 «Маркетинг») у складі:

№ п/п	ІПН викладача	Посада	Науковий ступінь, вчене звання	Підпис
1.	Пачева Наталія Олександрівна (керівник групи)	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом	Кандидат економічних наук, доцент	
2.	Танасійчук Юлія Вікторівна	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом	Кандидат економічних наук	
3.	Бовкун Ольга Анатоліївна	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом	Кандидат економічних наук	

Програма погоджена з Вченою радою інституту, схвалена Науково-методичною радою та затверджена Вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

# 1. Профіль освітньо- професійної програми бакалавра за спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Перший рівень вищої освіти, бакалавр Кваліфікація: бакалавр з маркетингу Професійна кваліфікація: фахівець у сфері маркетингу
<b>Офіційна назва програми</b>	Маркетинг Marketing
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра , 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців.
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитовано 20.12.2016 р. за рівнем бакалавр. Протокол №123 (Наказ МОН України від 26.12.2016 р. №1613). Термін дії сертифіката – до 01.07.2026 р.
<b>Цикл/рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень / Бакалавр
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	3 роки 10 місяців
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://econom.udpu.edu.ua/osvitnya-programa">https://econom.udpu.edu.ua/osvitnya-programa</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють глибокими знаннями та професійними компетенціями щодо забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємства.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</b>	07 Управління та адміністрування. 075 Маркетинг. 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%).
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	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.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Спеціальна. Формування та розвиток професійної компетентності для здійснення дослідницької та інноваційної діяльності у галузі маркетингу та підприємництва з урахуванням сучасних вимог економіки, політики, світових тенденцій та загальноєвропейських цінностей.
<b>Особливості програми</b>	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.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової працевлаштування форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як 2419.2 фахівець в галузі маркетингу, ефективності підприємництва, раціоналізації виробництва; 2419.2 економіст зі збуту; 2419.2 рекламист; 2419.2 фахівець з методів розширення ринку збуту; 2419.2 фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; спеціаліст відділу маркетингу підприємства; 1475.4 менеджера-консультант з питань комерційної діяльності та управління; 1475.3 менеджер з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1476.1 менеджери (управителі) з реклами; 2419.2 фахівець зі зв'язків з громадськістю; 3419 товарознавець; спеціаліст з маркетингових досліджень; спеціаліст з логістики і товарно-цінової політики; спеціаліст з аналізу та планування маркетингової діяльності.
<b>Подальше навчання</b>	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за освітнім ступенем «магістр».
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер. Практичні проводяться з використанням поширених методів: кейс-метод, ситуаційні завдання, ділові ігри, підготовка презентацій з використання сучасних професійних програмних засобів. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через університетське інформаційно-освітнє середовище Moodle.
<b>Оцінювання</b>	Поточне опитування, модульний тестовий контроль, презентація проектно-дослідних робіт, есе, курсові роботи, звіти з практики, тестування знань в інформаційно-освітньому середовищі Moodle. Підсумковий контроль – екзамен/залік або за без сесійною формою (за сумою накопичених протягом

	вивчення дисципліни балів). Підсумкова атестація – захист випускної кваліфікаційної роботи.
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК1. Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації державною та іноземною мовами.</p> <p>ЗК2. Здатність виконувати роботу в команді, включаючи взаємодію з колегами та виконання обов'язкової роботи в установлені терміни.</p> <p>ЗК3. Здатність самостійно приймати рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.</p> <p>ЗК4. Здатність проявляти наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК5. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів.</p> <p>ЗК6. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК8. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності, здатність працювати у міжнародному контексті.</p> <p>ЗК9. Здатність до формування філософії, методології, логіки та принципів об'єктивності наукового пошуку.</p>
<b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b>	<p>ФК1. Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку.</p> <p>ФК2. Здатність реалізовувати плани діяльності за складниками маркетингу: товар-ціна-розподіл-комунікація.</p> <p>ФК3. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.</p> <p>ФК4. Здатність здійснювати діагностику стану ринку середовища маркетингової діяльності.</p> <p>ФК5. Здатність проводити планування стратегічної та поточної діяльності підприємства; розробляти бізнес-проекти та впроваджувати маркетингові плани з інноваційної діяльності.</p> <p>ФК6. Здатність і готовність здійснювати перевірку, зіставлення фактичних і запланованих результатів роботи підприємства з метою забезпечення ефективної підприємницької діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність до моделювання поведінки організації та</p>

	<p>споживача з урахуванням особливостей формування комплексу маркетингу.</p> <p><b>ФК8.</b> Формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживчих властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживчих властивостей товарів.</p> <p><b>ФК9.</b> Здатність до обґрунтування і вибору комплексу технічних засобів, організації інформаційної бази, визначення складу програмного забезпечення, використання інформаційної технології збирання, реєстрації, накопичування та обробки даних для управління і прийняття маркетингових рішень.</p> <p><b>ФК10.</b> Розуміти принципи права та використовувати їх у професійній діяльності.</p> <p><b>ФК11.</b> Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.</p>
--	--

### **7 – Програмні результати навчання**

- ПРН1. Вміти розраховувати прогнозовані та поточні обсяги виробництва і реалізації продукції.
- ПРН2. Вміти складати перспективні та поточні плани комерційної діяльності підприємства у сфері матеріально-технічного забезпечення та збуту.
- ПРН3. Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти.
- ПРН4. Вміти розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності.
- ПРН5. Вміти розраховувати плановий бюджет комунікаційної діяльності.
- ПРН6. Вміти розробляти й упроваджувати плани підвищення економічної ефективності використання матеріальних ресурсів, а також норм і нормативів витрат і виробничих запасів.
- ПРН7. Вміти організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.
- ПРН8. Вміти вести переговори з питань маркетингу, укласти комерційні угоди.
- ПРН9. Вміти розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів.
- ПРН10. Вміти визначати потенційно небезпечні ділянки виробництва, види виробничих процесів та елементи природного середовища, що можуть створювати загрозу виникнення надзвичайних ситуацій.
- ПРН11. Вміти організовувати службу маркетингу.
- ПРН12. Вміти реалізовувати плани маркетингової діяльності.
- ПРН13. Вміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності.
- ПРН14. Уміння виявляти резерви та реалізовувати заходи з підвищення ефективності використання ресурсів.
- ПРН15. Вміти надавати консультації з питань дослідження стану кон'юнктури ринків та підвищення ефективності маркетингової діяльності.
- ПРН16. Вміти спілкуватися, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та принаймні однією із поширених європейських мов.
- ПРН17. Вміти використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства.
- ПРН18. Вміти здійснювати контроль за станом матеріальних ресурсів і готової продукції
- ПРН19. Вміти здійснювати контроль за дотриманням санітарно-гігієнічних вимог учасниками трудового процесу.

ПРН20. Вміти збирати та нагромаджувати інформацію про стан політичної й економічної ситуації в країні.  
 ПРН21. Вміти вести спостереження та оцінювати стан зовнішнього й внутрішнього середовища маркетингової діяльності.  
 ПРН22. Вміти збирати інформацію та вивчати попит на продукцію власного виробництва, а також товарів-конкурентів, запити споживачів.

### **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми**

<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Розробники програми: 3 кандидата наук, доценти.          Всі розробники є штатним співробітниками Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини          Гарант освітньої програми: Пачева Н. О., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, к.е.н., доцент.          До реалізації програми залучаються 4 доктори економічних наук, 7 кандидатів економічних наук, а також висококваліфіковані спеціалісти.          З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
-----------------------------	--

<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навчальних корпусів;</li> <li>– гуртожитки;</li> <li>– 2 спеціалізовані лабораторії;</li> <li>– 2 комп'ютерні класи;</li> <li>– пункти харчування;</li> <li>– точки бездротового доступу до мережі Інтернет (90%);</li> <li>– 4 мультимедійного обладнання;</li> <li>– спортивний зал, спортивні майданчики.</li> </ul>
--	--

<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– офіційний сайт: <a href="https://econom.udpu.edu.ua/">https://econom.udpu.edu.ua/</a></li> <li>– доступ до мережі Інтернет;</li> <li>– наукова бібліотека, читальні зали;</li> <li>– інтерактивне-освітнє середовище Moodle;</li> <li>– університетський репозитарій;</li> <li>– навчальні і робочі плани;</li> <li>– графіки навчального процесу</li> <li>– навчально-методичні комплекси дисциплін;</li> <li>– навчальні та робочі програми дисциплін;</li> <li>– дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін;</li> <li>– програми практик;</li> <li>– методичні вказівки щодо виконання курсових проектів(робіт), дипломних проектів (робіт);</li> <li>– критерії оцінювання рівня підготовки;</li> <li>– пакети комплексних контрольних робіт.</li> </ul>
---	--

### **9 – Академічна мобільність**

<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Угода про співробітництво ПАТ КБ Приватбанк, м. Умань.          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.          Угода про співпрацю в сфері надання освітніх послуг з</p>
---	---

	військової підготовки за програмою підготовки офіцерів запасу громадян України, Військової академії, м. Одеса.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Угода про співробітництво 2014-2021 р.р., Державна професійна школа імені Я.А. Коменського у Лешно. Польща. Угода про співробітництво 04.05.2010 (безстрокова), Вища державна школа професійної освіти у Гнезно. Польща. Угода про співробітництво, науковий обмін 2015-2017, 2016-2017, Університет Порто, Португалія.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Передбачена можливість навчання іноземних студентів. Іноземні студенти навчаються за окремим навчальним планом, в якому за рахунок дисциплін гуманітарного циклу виділено 600 годин (20 кредитів) на вивчення мови впродовж 4 років з виходом на державний екзаме́н. З метою оптимізації навчального процесу для іноземних студентів і подолання мовного бар'єру вченою радою університету (Протокол № 19 від 27 червня 2017 року) та Наказом № 526 о/д від 12 липня 2017 року російську мову визначено як мову навчання для іноземних громадян з Туркменістану, Азербайджану, Узбекистану, Вірменії, Грузії, Киргизстану, що вступатимуть до університету у 2017 році на освітній рівень «бакалавр», за умови формування окремих повноцінних груп у кількості не менше 12 осіб.



## 2. Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

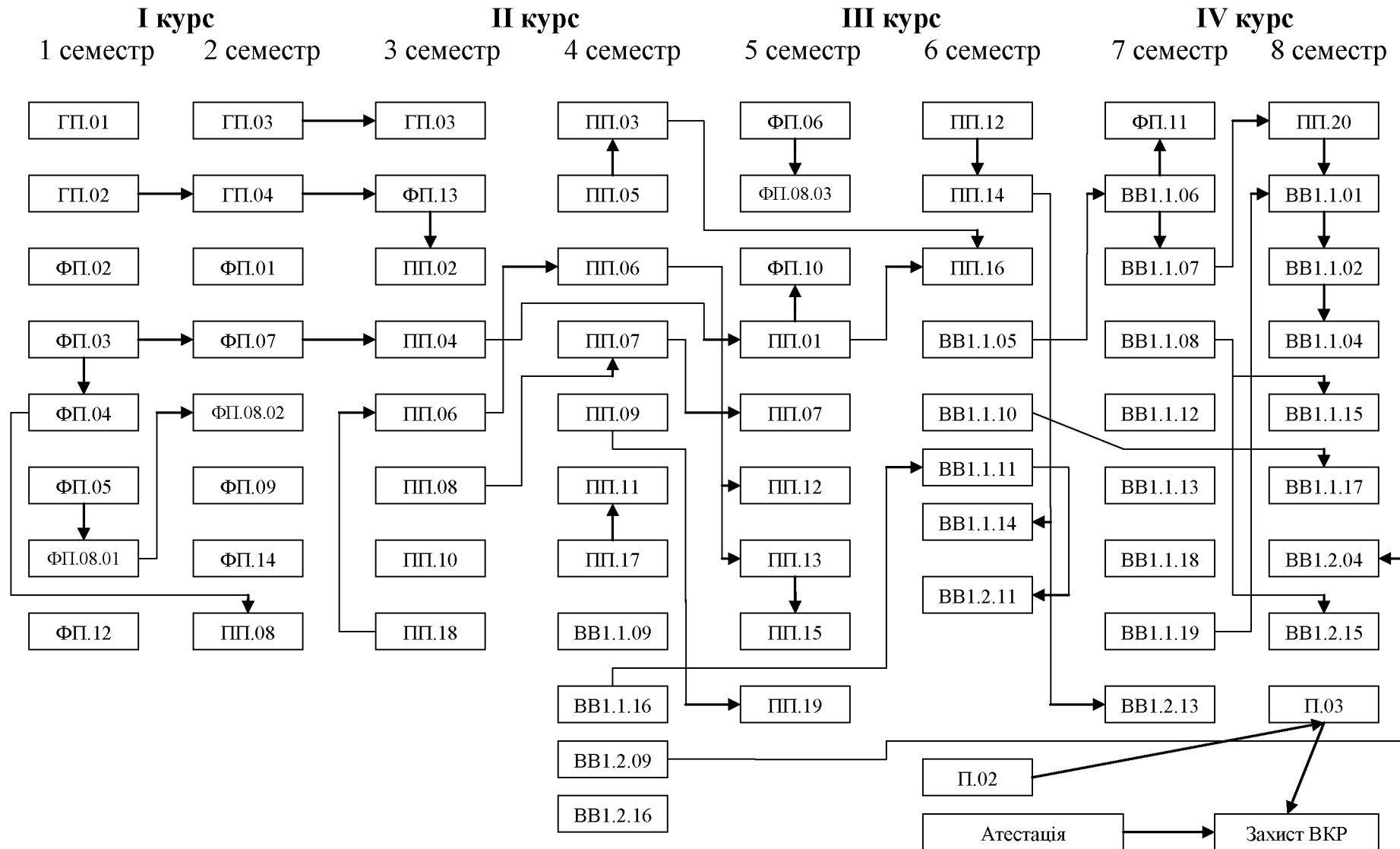
### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<b>1. Цикл загальної підготовки</b>			
<b>1.1. Гуманітарна підготовка</b>			
ГП.01	Українська мова за професійним спрямуванням	4	екзамен
ГП.02	Історія та культура України	4	екзамен
ГП.03	Іноземна мова	9	залік/екзамен
ГП.04	Політична та соціологічна науки	3	залік
<b>1.2. Фундаментальна підготовка</b>			
ФП.01	Фізичне виховання	4	залік
ФП.02	Основи наукових досліджень	3	залік
ФП.03	Політекономія	3	екзамен
ФП.04	Національна економіка	3	залік
ФП.05	Математика для економістів	4	залік
ФП.06	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)	4	екзамен
ФП.07	Основи економічної теорії	3	екзамен
ФП.08	Основи автоматизації в галузі		
ФП.08.01	Інформатика	3	
ФП.08.02	Автоматизація в галузі (І рівень)	3	екзамен
ФП.08.03	Автоматизація в галузі (ІС Бухгалтерія) II рівень	3	екзамен
ФП.09	Міжнародна економіка	3	екзамен
ФП.10	Ціноутворення	3	екзамен
ФП.11	Міжнародний маркетинг	3	залік
ФП.12	Господарське законодавство	3	екзамен
ФП.13	Психологія управління	3	залік
ФП.14	Економічна етика та діловий етикет	3	екзамен
	Всього	71	
<b>II. Цикл професійної підготовки</b>			
ПП.01	Фінанси	4	екзамен
ПП.02	Менеджмент	4	екзамен
ПП.03	Економіка підприємства	4	екзамен
ПП.04	Гроші і кредит	4	залік
ПП.05	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ПП.06	Маркетинг	10	залік/екзамен/ к/р
ПП.07	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	екзамен
ПП.08	Економікс	6	залік/екзамен
ПП.09	Підприємництво і бізнес-культура	4	екзамен
ПП.10	Статистика	4	екзамен/к/р
ПП.11	Страховання	4	залік
ПП.12	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ПП.13	Маркетингові комунікації	4	залік
ПП.14	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг	4	екзамен
ПП.15	Паблік ріленшз	3	залік

ПП.16	Фінанси підприємств	4	екзамен
ПП.17	Інвестування	3	залік
ПП.18	Теорія маркетингу	3	залік
ПП.19	Бізнес-планування	3	залік
ПП.20	Курс-тренінг «Формування бізнес-моделі підприємства»	3	екзамен
Всього		84	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		155	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
<b>1. Дисципліни вільного вибору студента</b>			
<b>ВВ1.1</b>	<b>Блок1: Товарознавство та експертиза в митній справі</b>		
ВВ1.1.01	Корпоративне управління	3	екзамен
ВВ1.1.02	Курс-тренінг «Техніка активних продаж»	3	залік
ВВ1.1.03	Курс-тренінг «Start-up»	3	екзамен
ВВ1.1.04	Ситуаційний менеджмент	4	екзамен
ВВ1.1.05	Маркетингові дослідження	3	екзамен/к/р
ВВ1.1.06	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ВВ1.1.07	Маркетинг послуг	3	екзамен
ВВ1.1.08	Логістика	3	екзамен
ВВ1.1.09	Митна справа	3	залік
ВВ1.1.10	Психологія торгівлі	3	залік
ВВ1.1.11	Митне регулювання	3	екзамен
ВВ1.1.12	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ВВ1.1.13	Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності	3	залік
ВВ1.1.14	Товарознавство	3	залік
ВВ1.1.15	Митна логістика	3	залік
ВВ1.1.16	Митні збори та тарифи	3	екзамен
ВВ1.1.17	Мерчандайзинг	3	залік
ВВ1.1.18	Податковий облік і звітність	3	екзамен
ВВ1.1.19	Управління конкурентоспроможністю	4	залік
Всього		60	
<b>ВВ1.2</b>	<b>Блок2: Маркетинг та менеджмент медичного та фармацевтичного обслуговування</b>		
ВВ1.2.01	Корпоративне управління	3	екзамен
ВВ1.2.02	Курс-тренінг «Техніка активних продаж»	3	залік
ВВ1.2.03	Курс-тренінг «Start-up»	3	екзамен
ВВ1.2.04	Нормування контролю якості лікарських засобів	4	екзамен
ВВ1.1.05	Маркетингові дослідження	3	екзамен/к/р
ВВ1.1.06	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ВВ1.1.07	Маркетинг послуг	3	екзамен
ВВ1.1.08	Логістика	3	екзамен
ВВ1.1.09	Фармакоекономіка в Україні	3	залік
ВВ1.1.10	Психологія торгівлі	3	залік
ВВ1.1.11	Маркетинг та менеджмент у фармації	3	екзамен
ВВ1.1.12	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ВВ1.1.13	Медичне на фармацевтичне товарознавство	3	залік
ВВ1.1.14	Товарознавство	3	залік
ВВ1.1.15	Логістичне обслуговування клієнтів фармацевтичних підприємств	3	залік
ВВ1.1.16	Управління трудовим потенціалом фармацевтичних підприємств	3	екзамен
ВВ1.1.17	Мерчандайзинг	3	залік

ВВ1.1.18	Податковий облік і звітність	3	екзамен
ВВ1.1.19	Управління конкурентоспроможністю	4	залік
	Всього	60	
<b>Загальний обсяг вибіркового компонента:</b>		60	
<b>III. Наукова-дослідна робота в практика</b>			
П.	Практична підготовка		
П.01	Навчальна практика	6	залік
П.02	Виробнича практика	6	залік
П.03	Виробнича практика зі спеціальності	6	залік
	Атестація	1	екзамен
	Випускна кваліфікаційна робота	6	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		240	

## 2.2. Структурно-логічна схема ОП



### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньої програми за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту випускної кваліфікаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня «Бакалавра» із присвоєнням кваліфікації бакалавр з маркетингу.

Атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей.

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників. Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Екзаменаційна комісія працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення вищого навчального закладу приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.

Атестація здійснюється відкрито і публічно. Випускна кваліфікаційна робота має бути обов'язково перевірена на плагіат.



### Вибіркові навчальні дисципліни

	ВВ1.1.01	ВВ1.1.02	ВВ1.1.03	ВВ1.1.04	ВВ1.1.05	ВВ1.1.06	ВВ1.1.07	ВВ1.1.08	ВВ1.1.09	ВВ1.1.10	ВВ1.1.11	ВВ1.1.12	ВВ1.1.13	ВВ1.1.14	ВВ1.1.15	ВВ1.1.16	ВВ1.1.17	ВВ1.1.18	ВВ1.1.19	ВВ1.2.01	ВВ1.2.02	ВВ1.2.03	ВВ1.2.04	ВВ1.2.05	ВВ1.2.06	ВВ1.2.07	ВВ1.2.08	ВВ1.2.09	ВВ1.2.10	ВВ1.2.11	ВВ1.2.12	ВВ1.2.13	ВВ1.2.14	ВВ1.2.15	ВВ1.2.16	ВВ1.2.17	ВВ1.2.18	ВВ1.2.19				
ЗК 1	+				+					+										+				+																		
ЗК 2	+		+					+																			+								+							
ЗК 3		+			+												+		+						+											+			+			
ЗК 4	+	+							+				+				+										+										+			+		
ЗК 5				+	+		+					+									+		+				+				+									+		
ЗК 6					+	+													+							+														+		
ЗК 7	+		+					+		+																	+			+									+			
ЗК 8											+			+	+		+					+			+						+			+								
ЗК 9	+			+						+							+												+								+					
ФК 1		+		+	+							+						+	+					+											+							
ФК 2						+	+	+													+				+	+				+										+		
ФК 3				+						+			+							+	+	+																+				
ФК 4	+			+															+					+																	+	
ФК 5					+	+														+							+								+							
ФК 6	+			+								+						+									+							+							+	
ФК 7		+				+			+							+					+									+							+					
ФК 8								+																																		
ФК 9					+								+						+							+															+	
ФК 10			+								+				+	+								+											+	+						
ФК 11		+																										+									+					





