

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ**

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу

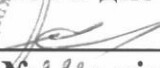
ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки

Голова Вченої ради


/ _____ /
(протокол № 7 від «31» 05 2024 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з 01 вересня 2024 р.

Ректор  **Анатолій ЦЬОСЬ**

наказ № 223 з від «31» 05 2024 р.

ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО

(із внесеними змінами та доповненнями)

Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки

(протокол № 11 від «29» 08 2024 р.

Ректор  **Анатолій ЦЬОСЬ**

наказ № 202 з від «29» 08 2024 р.

Передмова

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки бакалаврів у галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма розроблена на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого і введеного в дію наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343.

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою ВНУ імені Лесі Українки у складі:

1. Лялюк Алла – кандидат економічних наук, доцент, гарант ОПП.

2. Букало Надія – кандидат економічних наук, доцент.

3. Сак Тетяна – кандидат економічних наук, доцент.

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення ОПП:

Здобувачі вищої освіти:

1. Щербакова Анастасія – здобувачка вищої освіти за ОПП Маркетинг, студентка четвертого курсу.

2. Степанюк Ілля – здобувач вищої освіти за ОПП Маркетинг, студент третього курсу.

3. Федорчук Іванна – здобувачка вищої освіти за ОПП Маркетинг, студентка другого курсу.

Роботодавці:

1. Касьян Ольга – директор з маркетингу ПРАТ «Едельвіка».

2. Мурзіна Аліна – маркетолог ТзОВ «Фінкар».

3. Войтович Сергій – Голова Волинського осередку Громадської організації «Українська асоціація маркетингу».

4. Рикальський Олександр – директор ТОВ «ТР.Е.К.».

5. Жичук Микола – директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan.

6. Левчук Анатолій – керівник компоненту з питань залучення громадян Проєкту USAID «ГОВЕРЛА», випускник факультету економіки та управління ВНУ імені Лесі Українки.

Освітньо-професійна програма погоджена вченою радою факультету економіки та управління (протокол № 8 від 24.04.2024 р.), схвалена науково-методичною комісією факультету (протокол № 8 від 24.04.2024 р.) та затверджена Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 7 від 31.05.2024 р.) та перезатвержено (протокол № 11 від 29.08.2024 р.).

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітньо-професійну програму регулюється Порядком формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським), другим (магістерським) та третім (освітньо-науковим) рівнями вищої освіти денної (очної) та заочної форм навчання у Волинському національному університеті імені Лесі Українки та Положенням про розроблення, моніторинг, перегляд та закриття ОП затвердженими Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки протокол №4 від 30.03.2023 р. та протокол №15 від 24.12.2020 р. відповідно.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

1. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності Маркетинг

075

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Волинський національний університет імені Лесі Українки Факультет економіки та управління Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	075 Маркетинг
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти- Бакалавр Спеціальність – Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, загальний строк навчання – 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Чергова (сертифікат про умовну акредитацію за спрощеною процедурою № 7850 від 16.05.2024 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	ПЗСО, НРК 5
Обсяг освітньої програми в ЄКТС	– на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): – спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. – на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.
Мова викладання	Українська мова
Інтернет-адреса постійного розміщення ОПП	https://vnu.edu.ua/uk/all-educations/marketynh-plan-zatv-2024-r

2. Мета освітньо-професійної програми	
Метою освітньої програми є надання теоретичних знань та формування практичних умінь і навичок з метою підготовки бакалаврів маркетингу, які б володіли сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3. Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область	Галузь знань 07 Управління та адміністрування Спеціальність 075 Маркетинг Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції ведення бізнесу; 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 прийняття рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: Основними підходами, які використовуються в цій програмі є: студентоцентроване, практично-орієнтоване навчання та самонавчання. Методи, методики та технології навчання базуються на проблемно-орієнтованому навчанні, яке передбачає формулювання проблеми під час лекцій, розв'язання ситуативних задач на практичних заняттях, дослідження проблеми під час самостійної роботи здобувачів вищої освіти, проведення занять з використанням чат-технологій; конференцій, семінарів, ділових ігор, практикумів й інших форм навчальних занять, різні види практик на підприємствах, установах та організаціях різних форм власності на підставі договорів про проходження практики, активні форми викладання, аналіз кейсів. Інструментарій та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються у маркетингу.
Орієнтація освітньо - професійної програми	Програма має прикладну орієнтацію. Ґрунтується на методології та фундаментальних засадах науки, а також на результатах сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу. Освітньо-професійна програма орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу. Вивчає специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків, зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій.
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма передбачає здобуття поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок у сфері маркетингу, формування у здобувачів критичного мислення, вміння використовувати нові

	технології у маркетингової діяльності та набуття інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу та збуту, маркетингові дослідження, маркетингові стратегії, цифровий маркетинг, холістичний маркетинг, маркетинг транскордонних регіонів.
Особливості програми	Особливістю програми є врахування специфіки транскордонного розташування регіону, в якому здійснюється підготовка фахівців. Транскордонне положення Волинської області обумовлює специфіку маркетингової діяльності підприємств і організацій в умовах інтенсивних міграційних процесів, активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств, підвищення мобільності торгівлі, внаслідок процесів релокації бізнесу, розвитку транскордонного співробітництва в умовах глобалізації. Означені особливості роботи підприємств потребують фахівців з відповідними компетентностями: володіти навичками використання інформаційних і комунікаційних технологій, поглибленим знанням іноземних мов, поєднанням теоретичних знань і навичок з набутим практичним досвідом під час проходження виробничих практик, здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. Тому, програма формує фахівців з новим перспективним способом мислення, здатних використовувати загальнонаукові й спеціальні методи досліджень, професійні методики і технології, застосування яких дозволяє вирішувати практичні завдання щодо виявлення й аналізу ключових характеристик маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів Закладені в освітню програму освітні компоненти забезпечують набуття у здобувачів вищої освіти компетентностей, збалансованих відповідно до положень Стратегії розвитку Волинської області до 2027 року: підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки, промоція товарів і послуг і передбачає: 1) збалансований розвиток загальних та фахових компетентностей сучасних маркетологів, здатних до планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі; 2) створення можливості для формування у здобувачів soft skills компетентностей з орієнтацією на етичні аспекти у сфері маркетингу; 3) націленість на пріоритетність практичної складової з урахуванням мультикультурного та прикордонного і регіонального аспектів з поступовою інтеграцією України з країнами Євросоюзу. Програма передбачає комплексний підхід до освітнього

	процесу, який передбачає поєднання інноваційно-освітньої складової із практичною підготовкою, яке проводиться із залученням фахівців-практиків в межах роботи навчально-наукової лабораторії економіки, підприємництва та маркетингу, яка функціонує на факультеті економіки та управління ВНУ імені Лесі Українки. ОП виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою Подвійний диплом.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники здатні виконувати професійну роботу в різних підрозділах підприємств та організацій усіх форм власності та організаційно-правових форм. Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою бакалавр маркетингу здатен виконувати зазначену в Національному класифікаторі України: Класифікатор професій ДК 003:2010 професійну роботу і може займати відповідну первинну посаду за категоріями згідно з Розділом 3 – Фахівці, а саме: 3415 Агент комерційний/торговельний 3415 Мерчендайзер 3415 Торговець комерційний 3419 Організатор з постачання/із збуту 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 3436.1 Помічник керівника підприємства (установи, організації) 3436.2 Помічник керівника іншого основного підрозділу 3436.3 Помічник керівника малого підприємства без апарату управління 3439 Фахівець з інтерв'ювання 3439 Інші фахівці в галузі управління
Академічні права випускників	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання лекційних та практичних занять, на яких відбувається постановка і розв'язування проблем, виконання проєктів, навчальні та виробничі практики, участь у науковій роботі. Тренінги (ділові ігри, виробничі ситуації з роботою в командах, мозкові атаки, тренінги з продажу та маркетингу), самостійна робота (підготовка рефератів, презентацій, робота з кейсами, складання пояснювальних записок, коментарів, участь у наукових конференціях та олімпіадах, консультації з викладачами, виконання індивідуальних завдань, курсових робіт).
Оцінювання	Рівні оцінювання: поточний, модульний контроль, підсумковий. Форми оцінювання: поточне опитування, тестовий контроль, звіти, ІНДЗ, звіти з практик, екзамени, заліки. Атестація у формі атестаційного екзамену. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою з відповідним переведенням у лінгвістичну шкалу і шкалу ECTS, що регулюється Положенням про поточне та підсумкове

	оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.08.2023 р. https://surl.li/fcxehc
6. Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	Знання та розуміння предметної області та розуміння професії: ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Загальні компетенції внесені до деяких стандартів вищої освіти (Наказ МОН України № 842 від 13.06. 2024 р., п.29.) ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. https://surl.li/mwnily
Фахові компетентності(ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

	ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	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. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо

	провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. 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. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. 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. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Більше 90 % науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання освітніх компонентів, що забезпечують фахові компетентності здобувача, мають відповідність наукового ступеня та/або вченого звання, забезпечують достатню кількість підпунктів п. 38 чинних Ліцензійних умов. Залучаються професіонали-практики до проведення практичних занять.
Матеріально-технічне забезпечення	Освітній процес забезпечений наявністю навчальних корпусів; гуртожитків; комп'ютерних класів; пунктів харчування; точок бездротового доступу до мережі «Інтернет»; мультимедійним обладнанням; спортивним комплексом; мовними центрами; Центром культури та дозвілля. У ВНУ імені Лесі Українки створені необхідні умови доступності навчальних приміщень особам з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення. Створено інклюзивний хаб «Простір дії». Університет залучений до співпраці у форматі проєкту «Veteran Hub ++». В усіх навчальних корпусах є укриття.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт (https://vnu.edu.ua/uk/chairs/kafedra-marketingu) містить інформацію про освітньо-професійну програму, освітню, наукову і виховну діяльність, контакти.

	Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в інституційному репозитарії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки (https://evnuir.vnu.edu.ua/). Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі «Інтернет». Інформаційні сервіси є дієвими та дозволяють науково-педагогічним працівникам ВНУ імені Лесі Українки оперативно обмінюватись інформацією, підтримувати зворотний зв'язок зі здобувачами вищої освіти, випускниками, роботодавцями та представниками професійних асоціацій. У ЗВО використовується електронна форма розкладу занять, за необхідності – надається можливість викладання освітніх компонентів за допомогою платформ для дистанційного навчання MOODLE (http://194.44.187.60/moodle/) та Microsoft Teams.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Кожен здобувач вищої освіти має можливість у рамках національної академічної мобільності проходити у ЗВО-партнерах (на основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та ЗВО України) окремі ОК, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів. Можливість навчатися за кількома освітніми програмами або у кількох ЗВО одночасно регламентується Постановою КМУ № 579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12.08.2015 р. та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки (від 30.04.2024 р.).
Міжнародна кредитна мобільність	Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами. Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів/періодів навчання. Міжнародна кредитна мобільність забезпечується двостороннім договором про взаємне співробітництво, обмін здобувачами та професорсько-викладацьким складом між Вищою школою економіки та інновацій міста Люблін (Республіка Польща) (Угода від 10.10.2019 р.), угодою про співпрацю щодо спільного навчання між Гуманітарно-природничим університетом імені Яна Длугоша в Ченстохові та Волинським національним університетом імені Лесі Українки (Республіка Польща) (Угода №132У від 06.07.2021 р.), умовою про міжуніверситетське співробітництво між Волинським національним університетом імені Лесі Українки і Університетом Марії Кюрі-Склодовської (Республіка Польща) (Угода №206У від 18.11.2021 р.), меморандумом між Університетом інформаційних технологій та менеджменту в Жешуві (Республіка Польща) (від 26.12.2022 р.) та договором про співпрацю між Люблінською політехнікою (Республіка Польща) (Договір №189У від 20.11.2023 р.).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Мобільність здобувачів можлива на підставі партнерської угоди про співробітництво із зарубіжними закладами вищої освіти за умови володіння іноземними здобувачами українською мовою.

2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми Маркетинг та їх логічна послідовність

Розподіл змісту освітньо-професійної програми Маркетинг за циклами

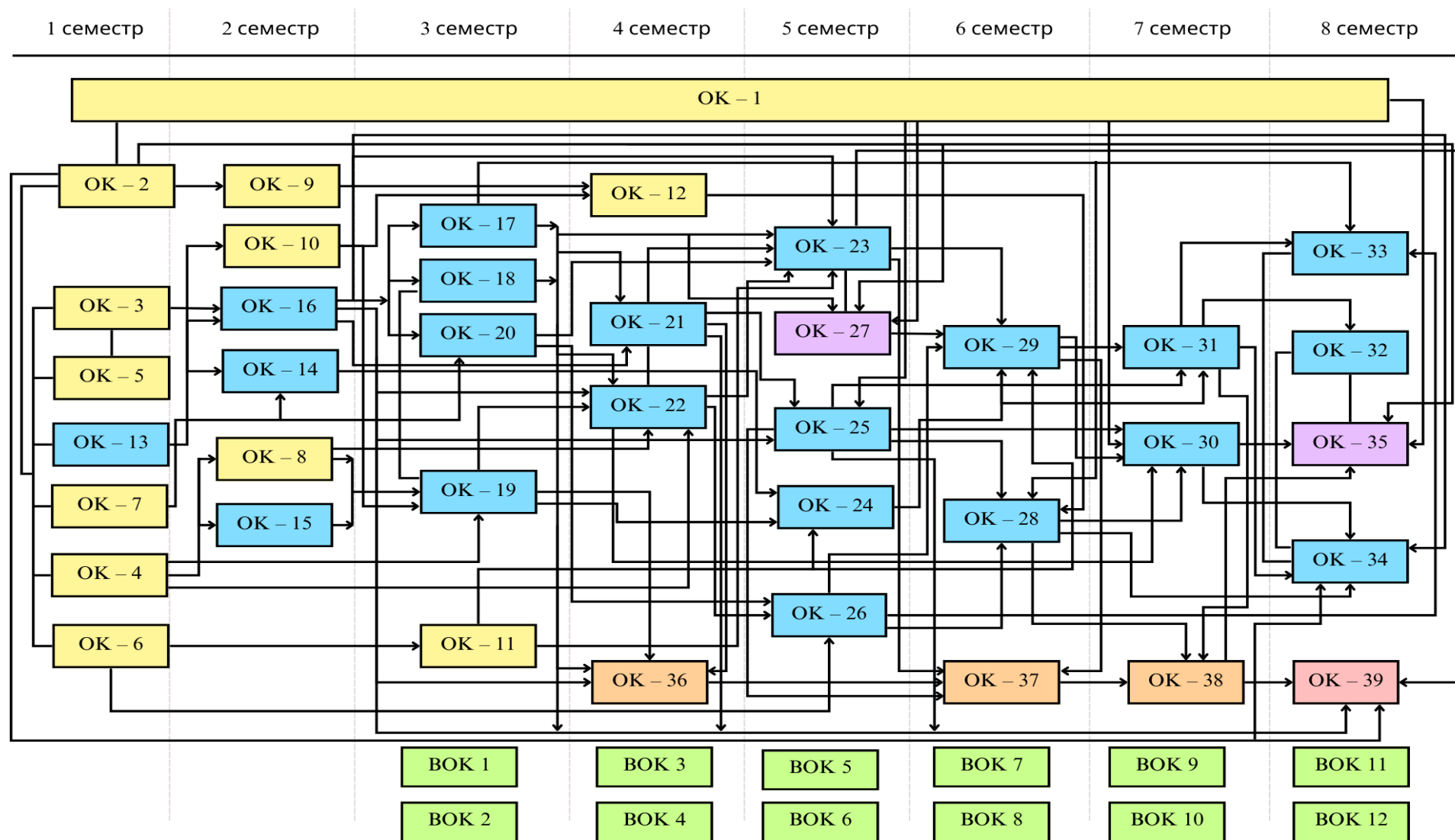
№ з/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження бакалавра (кредитів / %)		
		Нормативні компоненти освітньої програми	Вибіркові компоненти освітньої програми	Всього за весь термін навчання
1	Цикл загальної підготовки	53/22,1	-	53/22,1
2	Цикл професійної підготовки	127/52,9	-	127/52,9
3	Цикл вибірових освітніх компонентів	-	60/25	60/25
Всього за весь термін навчання		180/75	60/25	240/100

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми Маркетинг

Код ОК	Компоненти освітньо-професійної програми (освітні компоненти, курсові проєкти (роботи), практики)	Кількість кредитів/ годин	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК1	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12/360	залік, екзамен
ОК2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3/90	залік
ОК3	Вступ до фаху	6/180	екзамен
ОК4	Макроекономіка	5/150	екзамен
ОК5	Фізичне виховання	2/60	залік
ОК6	Інформаційно-комунікаційні технології	3/90	залік
ОК7	Групово динаміка та комунікації (тренінг)	4/120	залік
ОК8	Мікроекономіка	5/150	екзамен
ОК9	Україна в європейському історичному та культурному контекстах	3/90	залік
ОК10	Правові основи громадянського суспільства	4/120	залік
ОК11	Економіко-математичні методи і моделі	3/90	залік
ОК12	Філософія	3/90	залік
Всього за цикл		53/1590	Е-5, 3- 10
2. Цикл професійної підготовки			
ОК13	Культура та етика ведення бізнесу	6/180	екзамен
ОК14	Менеджмент	5/150	екзамен
ОК15	Фінанси	5/150	екзамен
ОК16	Маркетинг	6/180	екзамен
ОК17	Маркетингова товарна політика	4/120	екзамен
ОК18	Маркетингова цінова політика	4/120	екзамен
ОК19	Економіка підприємства	4/120	екзамен
ОК20	Поведінка споживача	4/120	екзамен
ОК21	Маркетингова політика розподілу і збуту	4/120	екзамен

1	2	3	4
OK22	Логістика	5/150	екзамен
OK23	Маркетингові дослідження	5/150	екзамен
OK24	Обґрунтування управлінських рішень та оцінювання ризиків	4/120	екзамен
OK25	Маркетингова політика комунікацій	4/120	екзамен
OK26	Цифровий маркетинг	4/120	екзамен
OK27	Курсова робота з маркетингових досліджень	2/60	залік
OK28	Брендинг	4/120	екзамен
OK29	Маркетингова аналітика	5/150	екзамен
OK30	Міжнародний маркетинг	5/150	екзамен
OK31	Маркетингове планування	5/150	екзамен
OK32	Маркетинг транскордонних регіонів	5/150	екзамен
OK33	Маркетинг інновацій	4/120	екзамен
OK34	Холістичний маркетинг	5/150	екзамен
OK35	Курсова робота з маркетингу транскордонних регіонів	2/60	залік
OK36	Навчальна практика з маркетингу	6/180	залік
OK37	Виробнича практика з маркетингового аналізу	9/270	залік
OK38	Виробнича практика з маркетингової діяльності	9/270	залік
OK39	Атестаційний екзамен	1/30	екзамен
Всього за циклом		127/3810	Е-21, 3-5
Загальний обсяг обов’язкових компонентів		180/5400	
Вибіркові компоненти ОПП			
3. Цикл вибірових освітніх компонентів			
OK40	Вибірковий освітній компонент 1	5/150	залік
OK41	Вибірковий освітній компонент 2	5/150	залік
OK42	Вибірковий освітній компонент 3	5/150	залік
OK43	Вибірковий освітній компонент 4	5/150	залік
OK44	Вибірковий освітній компонент 5	5/150	залік
OK45	Вибірковий освітній компонент 6	5/150	залік
OK46	Вибірковий освітній компонент 7	5/150	залік
OK47	Вибірковий освітній компонент 8	5/150	залік
OK48	Вибірковий освітній компонент 9	5/150	залік
OK49	Вибірковий освітній компонент 10	5/150	залік
OK50	Вибірковий освітній компонент 11	5/150	залік
OK51	Вибірковий освітній компонент 12	5/150	залік
Всього за цикл		60/1800	Е-0, 3-12
Загальний обсяг ОПП		240/7200	Е-26, 3-27

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми Маркетинг для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти



примітка:

OK – ОК циклу загальної підготовки
 OK – ОК циклу професійної підготовки
 OK – Курсові роботи
 OK – Практика
 OK – Атестаційний екзамєн
 BOK – Вибіркові ОК

3.Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених освітньою програмою.

4. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми Маркетинг

4.1. Матриця відповідності визначених стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	ЗН1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень ЗН2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів понять у навчанні та професійній діяльності	УМ1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
ЗК15	ЗН1	УМ1		
ЗК16	ЗН2	УМ1		
ЗК17	ЗН2			АВ2 АВ3
Фахові компетентності				
ФК1	ЗН1		К1	
ФК2	ЗН2	УМ1	К1	
ФК3		УМ1	К1	
ФК4	ЗН2		К1	АВ2
ФК5	ЗН2	УМ1		
ФК6	ЗН2	УМ1	К1	
ФК7	ЗН2	УМ1	К1	
ФК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ФК9	ЗН1		К1	
ФК10	ЗН1	УМ1		
ФК11	ЗН2	УМ1	К1	
ФК12		УМ1	К2	АВ1
ФК13		УМ1	К1	АВ1
ФК14		УМ1	К1	АВ1
ФК15	ЗН1	УМ1		
ФК16	ЗН1	УМ1		
ФК17	ЗН1	УМ1		

4.2. Матриця відповідності визначених стандартом результатів навчання та компетентностей

[illegible]

4.3. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Дескриптори НКР	Програмні результати	Компетенції	Опис результату
1	2	3	4
Уміння	ПРН 1	ЗК6, ФК1, ФК2, ФК12	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	ПРН 3	ЗК7, ЗК13, ФК 4, ФК9, ФК10,	ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	ПРН 2	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, ФК3, ФК11, ФК14	ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	ПРН 4	ЗК8, ЗК9, ФК3, ФК6, ФК7	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	ЗК3, ЗК6, ФК6, ФК7, ФК12, ФК14	ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	ПРН 6	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ФК4, ФК5, ФК6, ФК7, ФК14	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 11	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, ФК5, ФК6, ФК8, ФК12, ФК13, ФК14	ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	ПРН 12	ЗК4, ЗК7, ЗК11, ФК3, ФК5	ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	ПРН 14	ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, ФК4, ФК14	ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
Комунікація	ПРН 7	ЗК9, ФК10, ФК11, ФК12	ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	ПРН 10	ЗК8, ЗК9, ЗК10, ФК1, ФК3, ФК13, ФК14	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.
	ПРН 17	ЗК10, ФК1, ФК12	ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

1	2	3	4
Автономія і відповідальність	ПРН 8	ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ФК1, ФК5, ФК9, ФК10, ФК13	ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	ПРН 9	ЗК6, ЗК7, ФК8, ФК12, ФК13, ФК14	ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	ПРН 13	ЗК5, ЗК14, ФК8, ФК14	ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	ПРН 15	ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ФК13	ПРН 15. Діяти соціальновідповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
	ПРН 16	ЗК4, ЗК6, ЗК14, ФК4, ФК5, ФК14	ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	ПРН 18	ЗК1, ЗК2, ЗК14	ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

4.4. Матриця відповідності загальних компетентностей (ЗК) компонентам освітньо-професійної програми Маркетинг

	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15
OK1										+					
OK2	+	+												+	
OK3				+		+					+				+
OK4			+				+								
OK5	+	+												+	
OK6				+			+		+						
OK7				+	+		+				+				
OK8			+	+		+	+					+			
OK9	+	+												+	
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						+	+							+	
OK39			+	+		+	+	+	+				+	+	

4.5. Матриця забезпечення фахових компетентностей (ФК) компонентам освітньо-професійної програми Маркетинг

	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14
OK1														
OK2														
OK3	+	+			+									
OK4											+			+
OK5														
OK6										+		+		
OK7				+										+
OK8					+	+						+		+
OK9														
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				+	+		+		+	+				+
OK39	+	+		+	+	+	+		+			+	+	+

4.6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми Маркетинг

[illegible]

5. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма Маркетинг

1. Закон України «Про освіту». URL : <https://surl.li/hafent>
2. Закон України «Про вищу освіту». URL : <https://surl.li/dvxlcx>
3. Наказ МОН України № 842 від 13.06.2024 р., п.29. URL : <https://surl.li/cdptnm>
4. Наказ МОН України «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». URL : <https://surl.li/mxaddq>
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» №1341 від 23.11.2011 р. URL : <https://surl.li/qgtrpf>
6. Рівні Національної рамки кваліфікацій. URL : <https://surl.li/mpfoja>
7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» №244 від 15.04.2015 р. URL : <https://surl.li/dttqjm>
8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №266 від 29.04.2015 р. URL : <https://surl.li/vdmbij>
9. Наказ МОН України № 134 07.02.2024 р. Про затвердження Положення про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення осіб, які навчаються у закладах вищої освіти, та надання їм академічної відпустки. URL : <https://surl.li/nzzzql>
10. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL : <https://surl.li/nsnefm>
11. Класифікатор професій ДК 003:2010. URL : <https://surl.li/bkpnhx>
12. Указ Президента України №722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» URL : <https://surl.li/eezugb>
13. Резолюція, прийнята Генеральною Асамблеєю 25 вересня 2015 року URL : <https://surl.li/jmzvqp>
14. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 р., № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648). URL : <https://surl.li/qestmb>
15. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343. URL : <https://surl.li/kxtazq>
16. Положення про екзаменаційну комісію щодо атестації осіб, які здобувають перший (бакалаврський) та другий (магістерський) рівні освіти у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 29.08.2024р. URL : <https://surl.li/txmfwf>
17. Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від від 30.08.2023 р. URL : <https://surl.li/twszqx>
18. Положення про проведення практики здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 29.08.2024 р. URL : <https://surl.li/opveox>
19. Порядок формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським), другим (магістерським) та третім (освітньо-науковим, освітньо-творчим) рівнями вищої освіти денної (очної) та заочної форм навчання у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 30.03.2023 р. URL : <https://surl.li/qouihj>
20. Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 29.08.2024 р. URL : <https://surl.li/ydmmxw>
21. Положення про порядок формування індивідуальної траєкторії навчання здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 29.08.2024 р. URL : <https://surl.li/muvcmv>
22. Положення про порядок рекомендації навчальних, виробничо-практичних, довідкових,

картографічних видань, засобів навчання і навчального обладнання до використання в освітньому процесі Волинського національного університету імені Лесі Українки від 21.10.2022 р. URL : <https://surl.li/xwqzrr>

23. Положення про підвищення кваліфікації педагогічних і науково- педагогічних працівників Волинського національного університету № 77-3 від 23.02.2023 р. URL : <https://surl.li/exgmak>

24. Зразок формування освітньо-професійної / освітньо-наукової / освітньо-творчої програми ВНУ імені Лесі Українки. URL : <https://surl.li/alfizj>

25. Положення про індивідуальний навчальний план студента Наказ № 302 від 29.08.24 р. URL : <https://surl.li/alhims>

26. Процедура відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення осіб та надання їм академічної відпустки у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 29.08.24 р. URL : <https://surl.li/uirkby>

27. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки від 29.08.2024 р. URL : <https://surl.li/lyyiqs>

Керівник групи забезпечення



Тетяна САК

Гарант освітньо-професійної
програми Маркетинг



Алла ЛЯЛЮК