

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

**«МАРКЕТИНГ» /
«MARKETING»**

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

**Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг»**

спеціалізація «Маркетинг»



**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ**

Голова вченої ради

/ А. А. Мазаракі/

(протокол № 15 від « 30 червня » 2021 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09 2021 р.

Директор / А. А. Вдовічен/

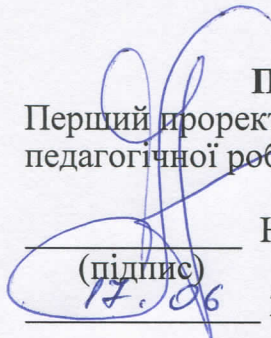
(наказ № 89 від « 01 » жовтня 2021 р.)



Чернівці 2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

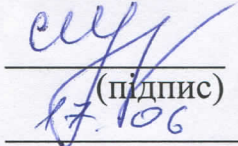
Погоджено
Перший проректор з науково-педагогічної роботи



(підпис)
17.06
Н. В. Притульська

2021 р.

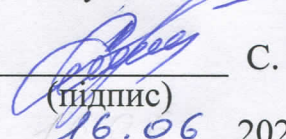
Погоджено
Проректор з наукової роботи



(підпис)
17.06
С. В. Мельниченко

2021 р.

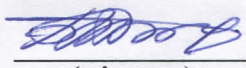
Погоджено
Начальник навчального відділу



(підпис)
16.06
С. І. Камінський

2021 р.


Погоджено
Начальник навчально-методичного відділу



(підпис)
16.06
Т. В. Божко

2021 р.


Погоджено
Начальник навчального відділу ЧТЕІ КНТЕУ



(підпис)
09.06
В. В. Полянко

2021 р.

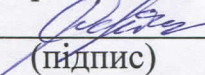
Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва ЧТЕІ КНТЕУ



(підпис)
09.06
О. Г. Вдовічена

2021 р.

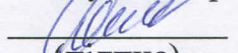
Погоджено
Гарант освітньої програми ЧТЕІ КНТЕУ



(підпис)
09.06
О. Г. Вдовічена

2021 р.


Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу КНТЕУ



(підпис)
15.06
О. С. Бондаренко

2021 р.

Погоджено
Голова правління ПрАТ «Імпульс»



(підпис)
09.06
О. І. Плахута

2021 р.


Погоджено
Директор з маркетингу ТОВ «Світ матраців»



(підпис)
09.06
О. М. Гелка

2021 р.

Погоджено
Голова РСС ЧТЕІ КНТЕУ



(підпис)
09.06
К. Д. Галан

2021 р.



ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Вдовічена О. Г., гарант освітньої програми, к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.
2. Корольок Ю. Г., д.н. з держ. управл., професор кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.
3. Лошенко І. Р., к.т.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.
4. Чаплінський Ю. Б., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.
5. Гуменна О. В., студентка 4 курсу, 408 групи, спеціальності «Маркетинг».
6. Гнатюк І. Я., студент 4 курсу, 408 групи, спеціальності «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Плахута О. І., Голова правління ПрАТ «Імпульс».
2. Гелка О. М., директор з маркетингу ТОВ «Світ матраців».

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(за спеціалізацією «Маркетинг»)**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет Чернівецький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу, цифрової економіки та підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 рік 10 місяці
Наявність акредитації	Акредитація за спеціальністю 075 «Маркетинг» НД № 2596375 від 01.03.2016 р. термін дії 01.07.2026 р. МОН України, Україна
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти / ступінь молодшого спеціаліста
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Термін дії сертифіката про акредитацію до 1 липня 2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.chtei-knteu.cv.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Набуття компетентностей – загальних та фахових – як доведеної здатності використовувати знання, навички та особисті, соціальні здатності в робочих або навчальних ситуаціях, в професійному та особистісному розвитку в сфері маркетингу	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»; Спеціальність 075 «Маркетинг»; Спеціалізація «Маркетинг».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна з прикладною орієнтацією. Професійні (спеціалізаційні) аспекти програми полягають у формуванні знань та вмінь щодо виробничої, економічної та управлінської діяльності у сфері маркетингу спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності та ризику.

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації

Спеціальна освіта в сфері маркетингу за спеціальністю «Маркетинг».

Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, комунікації, товарна політика, цінова політика, бізнес, реклама, логістика, зв'язки з громадськістю, товарознавство.

Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на:

основних поняттях: маркетингові комунікації, економічні теорії, фінанси підприємства, управління продажем, торговельний маркетинг, торговельне обладнання, галузеві ринки, івент-маркетинг, прямий маркетинг, психологія торгівлі;

концепціях 1) удосконалювання виробництва; 2) інтенсифікації комерційних зусиль (збуту); 3) удосконалювання товару; 4) «класичного» маркетингу; 5) соціально-етичного маркетингу; 6) екологічного маркетингу; 7) маркетингу партнерських відносин.

принципах, які визначають закономірності підготовки фахівців: студентоцентричний, компетентнісно-орієнтований, науковості, систематичності і послідовності навчання, практико-орієнтований, міждисциплінарний;

методи і засоби: загально- та спеціальнонаукові методи, зокрема: економічні, соціологічні, психологічні, інформаційні, методи управління маркетинговою діяльністю.

інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

предметна область містить знання правознавства, філософії, економічної теорії, менеджменту, економіки і фінансів підприємства, товарознавства, основ електронної торгівлі, маркетингових комунікацій, поведінки споживачів, торговельного маркетингу, маркетингової товарної та цінової політики.

Особливості програми

Поглиблена практична підготовка у сфері маркетингу та науково-дослідної роботи з наголосом на управлінні маркетинговою діяльністю підприємства та маркетинговими комунікаційними системами, проходження практики в Україні та за кордоном з отриманням сертифікатів. Інтерактивні практичні заняття з залученням відомих практичних фахівців у сфері маркетингу. Програма відображає лояльності, які надає Закон України «Про вищу освіту» в контексті академічної автономії.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування

Види та найменування економічної діяльності, до роботи за якими підготовлений бакалавр (КВЕД ДК 009:2010): Секція G. Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів
Розділ 45. Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт
Група 45.1 Торгівля автотранспортними засобами
Група 45.3. Торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів
Розділ 46. Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами
Група 46.1. Оптова торгівля за винагороду чи на основі контракту

	<p>Група 46.2. Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та живими тваринами</p> <p>Група 46.3. Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами</p> <p>Група 46.4. Оптова торгівля товарами господарського призначення</p> <p>Група 46.5. Оптова торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням</p> <p>Група 46.6. Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням</p> <p>Група 46.7. Інші види спеціалізованої оптової торгівлі</p> <p>Група 46.9. Неспеціалізована оптова торгівля</p> <p>Розділ 47. Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами</p> <p>Група 47.1. Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.2. Роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.3. Роздрібна торгівля пальним</p> <p>Група 47.4. Роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.5. Роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.6. Роздрібна торгівля товарами культурного призначення та товарами для відпочинку в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.7. Роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.8. Роздрібна торгівля з лотків і на ринках</p> <p>Група 47.9. Роздрібна торгівля поза магазинами</p> <p>Сектор L. Операції з нерухомим майном</p> <p>Розділ 68. Операції з нерухомим майном</p> <p>Група 68.3. Операції з нерухомим майном за винагороду або на основі контракту</p> <p>Секція М. Професійна, наукова та технічна діяльність</p> <p>Розділ 73. Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку</p> <p>Група 73.1. Рекламна діяльність</p> <p>Група 73.2. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки</p> <p>Випускники магістри спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема:</p> <p>2419 – професіонали у сфері маркетингу:</p> <p>2419.2 – консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 – економіст із збуту</p> <p>2419.2 – рекламіст</p> <p>2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.</p> <p>Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень</p>

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через практику тощо. Лекції, практичні заняття, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників та конспектів лекцій, навчання через виробничу практику та професійне стажування, консультації із викладачами, підготовка до атестаційного екзамену.
Оцінювання	Письмові екзамени, практика, курсові роботи, презентації, індивідуальні проекти, атестація та інші види робіт оцінюються відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів», «Положення про організацію освітнього процесу студентів».
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>

**Спеціальні (фахові)
компетентності (СК)**

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
- СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7 – Програмні результати навчання

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Фахівці, що здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою «Маркетинг», повинні мати фахові знання та володіти професійними навичками у сфері маркетингу. Для проведення проблемних лекцій запрошуються провідні вітчизняні та закордонні фахівці-практики зі сфери маркетингового, рекламного, торговельного бізнесу.

Розробники програми: 1 доктор наук, 3 кандидат наук.

Всі розробники є співробітниками Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету

Гарант освітньої програми: Вдовічена О.Г., к.е.н, доцент.

До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також кваліфіковані фахівці-практики.

З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні

	працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в. т.ч. закордоном.
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі підготовки магістрів використовуються: <ul style="list-style-type: none"> - 4 навчальні корпуси; - 2 спеціалізованих кабінети (кабінет маркетингу та кабінет реклами); - комп'ютерні класи; - доступ до мережі Інтернет; - мультимедійне обладнання; - спортивний майданчик.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний сайт ЧТЕІ КНТЕУ: http://www.chtei-knteu.cv.ua Точки бездротового доступу до мережі Інтернет. Необмежений доступ до мережі Інтернет. Система дистанційного навчання : http://www.dist.chtei-knteu.cv.ua:8080 . Наукова бібліотека, фонд якої складає 109 559 примірників новітньої навчальної, методичної, художньої літератури, у тому числі 95106 примірників – книжковий фонд, 10108 – періодичні видання, 989 – електронні видання, 3356 мережні локальні документи, що доступні користувачам бібліотеки 2 читальні зали. Навчальні і робочі плани. Графіки навчального процесу. Навчально-методичні комплекси дисциплін. Матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін. Програми практик. Критерії оцінювання рівня підготовки. Пакети комплексних контрольних робіт. Загальнонаукові та спеціальні джерела маркетингового спрямування, навчально-методична та монографічна література, ІТ-технології та платформи, авторські розробки професорсько-викладацького складу університету.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Забезпечується в межах діяльності головного університету (КНТЕУ) та його відокремлених структурних підрозділів. Укладені угоди про академічну мобільність на основі двосторонніх договорів між ЧТЕІ КНТЕУ та ЗВО України забезпечується в межах діяльності головного університету (КНТЕУ) та його відокремлених регіональних структурних підрозділів.
Міжнародна кредитна мобільність	Укладені угоди про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, стажування тощо. Зокрема, ЧТЕІ КНТЕУ співпрацює з 27 провідними навчальними та науковими закладами Австрії, Білорусі, Грузії, Латвії, Молдови, Північного Кіпру, Польщі, Румунії, Сербії, Словаччини, Чехії, Болгарії. Міжнародними ЗВО -партнерами ЧТЕІ КНТЕУ є: <ul style="list-style-type: none"> - Реально-гуманітарний університет (м. Кагул, Молдова); - Старопольський університет (м. Кельце, Польща); - Вища школа економіки та менеджменту державного

	<p>управління (м. Братислава, Словаччина);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Вища школа торгівлі і послуг (м. Познань, Польща); - Університет прикладних наук в Карінтії (м. Філлах, Австрія); - Брестський державний технічний університет (м. Брест, Білорусь); - Поліський державний університет (м. Пінськ, Білорусь); - Білоруський торговельно-економічний університет споживчої кооперації (м. Гомель, Білорусь); - Могильовський державний університет ім. А.А. Кулешова (м. Могильов, Білорусь); - Вища бізнес-школа (м. Острава, Чехія); - Університет UNION (м. Белград, Сербія); - Економічний університет ім. Кароля Адаміцького (м. Катовіце, Польща); - Сучавський університет ім. Штефана чел Маре (м. Сучава, Румунія); - Університет фінансів та менеджменту (м. Варшава, Польща); - Вища школа соціальних технологій (м. Рига, Латвія); - Університет інформатики і мистецтв (м. Лодзь, Польща); - Університет туризму та екології (м. Суха-Бескидзька, Польща); - Бельцький державний університет ім. Алеку Руссо (м. Бельци, Молдова); - Східний середземноморський університет (м. Фамагуста, Північний Кіпр); - Молдавська економічна академія (м. Кишинів, Молдова); - Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща); - Українсько-Грузинський учбово-науковий Міжнародний інститут (м. Марнеулі, Грузія); - Трансильванський університет (м. Брашов, Румунія); - Вітебський державний технологічний університет (м. Вітебськ, Білорусь); - Факультет прикладних наук в Кракові Суспільної академії наук, (м. Краків, Польща); - Стопанська Академія «Д.А.Ценов» (м.Свіштов, Болгарія); - факультет бізнесу і права університету «Union – Nikola Tesla», м. Белград, Сербія, Болгарія.
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Умови та особливості освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян: знання української мови на рівні не нижче В1.</p>

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

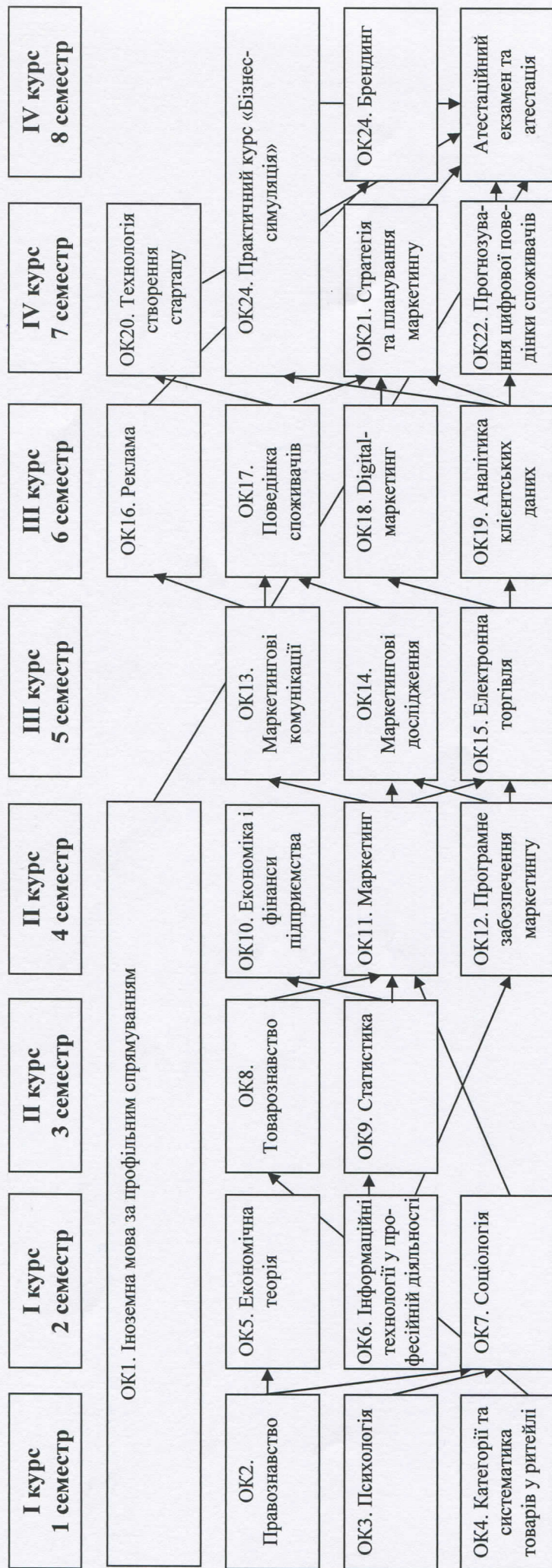
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
OK1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24
OK2.	Правознавство	6
OK3.	Психологія	6
OK4.	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6
OK5.	Економічна теорія	6
OK6.	Інформаційні технології у професійній діяльності	6
OK7.	Соціологія	6
OK8.	Товарознавство	6
OK9.	Статистика	6
OK10.	Економіка і фінанси підприємства	6
OK11.	Маркетинг	6
OK12.	Програмне забезпечення маркетингу	6
OK13.	Маркетингові комунікації	6
OK14.	Маркетингові дослідження	6
OK15.	Електронна торгівля	6
OK16.	Реклама	6
OK17.	Поведінка споживачів	6
OK18.	Digital-маркетинг	9
OK19.	Аналітика клієнтських даних	6
OK20.	Технологія створення стартапу	6
OK21.	Стратегія та планування маркетингу	6
OK22.	Прогнозування цифрової поведінки споживачів	6
OK23.	Практичний курс «Бізнес-симуляція»	9
OK24.	Брендинг	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		168
Вибіркові компоненти ОП		
BK1.	Безпека життя	6
BK2.	Бухгалтерський облік	6
BK3.	Дизайн в рекламі	6
BK4.	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6
BK5.	Ділові переговори	6
BK6.	Екологія	6
BK7.	Захист прав споживачів	6
BK8.	Івент-маркетинг	6
BK9.	Іміджологія	6
BK10.	Інформаційні системи в ритейлі	6
BK11.	Комп'ютерна графіка в рекламі	6
BK12.	Логістика	6
BK13.	Маркетинг послуг	6
BK14.	Менеджмент	6

ВК15.	Міжнародний маркетинг	6
ВК16.	Міжнародні економічні відносини	6
ВК17.	Організація виставкової діяльності	6
ВК18.	Основи підприємництва	6
ВК19.	Прямий маркетинг	6
ВК20.	Психологія бізнесу	6
ВК21.	Реклама в Інтернеті	6
ВК22.	Релігієзнавство	6
ВК23.	Світова культура	6
ВК24.	Системи прийняття рішень	6
ВК25.	Соціальне лідерство	6
ВК26.	Товарознавство. Антикваріат	6
ВК27.	Товарознавство. Квіти	6
ВК28.	Товарознавство. Паливно-мастильні матеріали	6
ВК29.	Товарознавство. Транспортні засоби	6
ВК30.	Товарознавство. Цивільна зброя	6
ВК31.	Торговельне обладнання	6
ВК32.	Філософія	6
ВК33.	Фінанси, гроші та кредит	6
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60
Практична підготовка		
Практична підготовка 1		3
Практична підготовка 2		6
Атестація		
Підготовка до атестаційного екзамену та атестація		3
Всього		240

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених відповідним стандартом вищої освіти України та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти		OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24
Компетентності																									
ЗК1		*						*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК2		*						*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК3		*						*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК4		*						*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК5								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК6								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК7								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК8								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК9								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК10								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК11								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК12								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК13								*				*						*		*	*	*	*	*	
ЗК14								*				*						*		*	*	*	*	*	
СК1									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК2									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК3									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК4									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК5									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК6									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК7									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК8									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК9									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК10									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК11									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК12									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК13									*			*						*		*	*	*	*	*	
СК14									*			*						*		*	*	*	*	*	

