

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: перший рівень вищої освіти

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: бакалавр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ: D Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: D 5 Маркетинг

КВАЛІФІКАЦІЯ В ДИПЛОМІ: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ЗІ ЗМІНАМИ ВЧЕНОЮ
РАДОЮ ВНЗ «УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ
ТА ПРАВА «КРОК»»

Голова Вченої ради _____ С.М. Лаптев

(протокол № __ від «__» _____ 2025р.

ПРЕАМБУЛА

I. Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг, галузі знань D Управління та адміністрування, переглянуто за запитом стейкхолдерів, змінено і доповнено з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів, професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринків збуту (МАРКЕТОЛОГ)», який затверджено Національним агентством кваліфікацій від 26.12.2024 р. (рішення № 1, прот. № 53 (193)), постанови Кабінету міністрів України від 21 лютого 2025 р. № 188 «Про внесення зміни до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти».

ОПП затверджена та введена в дію рішенням Вченої ради Університету економіки та права «КРОК» від «__» _____ 2025р., протокол №__.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

Петрова І.Л., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК» (керівник робочої проектної групи)

Дьячук І.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

Бєлова О.І., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

Березюк В.О., доктор філософії, викладач

Мала І.Б., старший викладач

III. Рецензії зовнішніх стейкхолдерів додаються.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вищий навчальний заклад «Університет економіки і права «КРОК», кафедра маркетингу та поведінкової економіки
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр. Бакалавр маркетингу. Bachelor in marketing
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний. 240 кредитів ЄКТС, 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, сертифікат про акредитацію серія НІ - ІІ № 117658 з галузі знань (спеціальності) 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг. Термін дії: до 1 липня 2024 р
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 6 рівень НРК України
Передумови	Повна загальна середня освіта/ диплом молодшого спеціаліста/диплом молодшого бакалавра/ диплом фахового молодшого бакалавра Умови вступу визначаються Правилами прийому до ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»» (https://www.krok.edu.ua/ua/umovi-vstupu/pravila-prijomu)
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	До 2030 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.krok.edu.ua/ua/navchalni-programi/fep/marketing#osvitnya-programa-075-marketing-bakalavr
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньо-професійної (бакалаврської) програми «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг є підготовка, у відповідності до європейських стандартів освіти, що відповідає місії та стратегії розвитку ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»» (https://www.krok.edu.ua/ua/) конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які здатні інтегрувати маркетингові рішення в діяльність підприємств усіх сфер економічної діяльності та мають практичні навички з розроблення та реалізації комплексу заходів просування та збуту товарів (послуг), стимулювання залучення та утримання клієнтів.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	D Управління та адміністрування D 5 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма орієнтується на сучасні професійні та наукові досягнення в економічній галузі, враховує специфіку маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій різних форм власності, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких здобувач визначає професійну кар'єру.

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; 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 формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
Особливості програми	Орієнтована на підготовку фахівців, які володіють ґрунтовними теоретичними знаннями та практичними навичками з провадження маркетингової діяльності установ, організацій підприємств різних форм власності, з поглибленим вивченням цифрових маркетингових технологій. Програма викладається українською мовою.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), 2419.2. <i>Назви типових посад:</i> Маркетолог; фахівець з маркетингу; фахівець з методів розширення ринків збуту. Помічник маркетолога, асистент маркетолога. SMM-маркетолог, SMM-менеджер, контент-маркетолог, контент-менеджер, контент мейкер. Таргетолог. Бренд-маркетолог, бренд-менеджер. Трейд-маркетолог, фахівець з торгового маркетингу. Цифровий маркетолог; диджитал-маркетолог; Digital-маркетолог; інтернет-маркетолог; фахівець з цифрового маркетингу.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, індивідуальної роботи з

	викладачем, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет. Самостійна робота на основі підручників та ресурсів системи дистанційної освіти Moodle Університету економіки та права «КРОК». Бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи від викладачів-практиків, стажування на підприємствах, виробнича практика).
Оцінювання	Оцінювання здобувачів проводиться відповідно до встановлених процедур, які передбачені Положенням про організацію освітнього процесу в Університеті «КРОК» https://surl.li/ptiwnv. Поточне опитування, тестовий контроль, презентації індивідуальних завдань, захист курсових робіт та звітів з проходження практики. Підсумковий контроль- усні та письмові заліки та екзамени. Підсумковий контроль може здійснюватися з використанням системи керування навчанням (LMS) Moodle та платформи Microsoft Teams. Підсумкова атестація – атестаційний екзамен. Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості.
6 – Програмні компетентності	
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)	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 і 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.
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (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 інноваційної 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 кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
	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	Доктори і кандидати наук, доктори філософії, магістри з маркетингу, які мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації; до освітнього процесу залучаються фахівці-практики з підприємств, установ і бізнес-організацій – партнерів кафедри, а також професійних асоціацій та об'єднань для викладання окремих дисциплін, проведення гостьових лекцій, майстер-класів і круглих столів практиками.
Матеріально-технічне забезпечення	Здобувачі вищої освіти забезпечені навчальними приміщеннями (лекційні, аудиторні приміщення, кабінети,

	лабораторії тощо), комп'ютерними лабораторіями. Аудиторії, забезпечені сучасним мультимедійним обладнанням, постійним доступом до мережі Інтернет. Наявна інфраструктура для відпочинку, проживання та оздоровлення.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчальний процес забезпечується інформаційними та навчально-методичними ресурсами: – офіційний сайт ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»» https://www.krok.edu.ua/ua/; – хмарна платформа Microsoft 365; – система керування навчанням (LMS) Moodle; – KROK University e-Repository (https://dspace.krok.edu.ua/home); – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека, читальні зали; – навчальні плани; – графіки навчального процесу; – методичне забезпечення освітніх компонент; – програми практик; – методичні вказівки з підготовки та проведення підсумкової атестації. Методичні матеріали постійно оновлюються та адаптуються до цілей освітньої програми. Всі освітні компоненти забезпечені підручниками та навчальними посібниками.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Реалізується на основі двосторонніх договорів між Університетом економіки та права «КРОК» та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	На підставі укладених угод університету про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах

Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
OK1	Інформаційні та цифрові технології	4	Диф. залік
OK2	Економічна теорія та економічна історія	5	Екзамен
OK3	Менеджмент	8	Диф. залік
OK4	Іноземна мова (англійська)	10	Екзамен/ Диф. залік
OK5	Вища математика та теорія ймовірностей	8	Екзамен/ Диф. залік
OK6	Українська мова за професійним спрямуванням	3	Екзамен
OK7	Статистика	4	Екзамен
OK8	Мікроекономіка	4	Екзамен
OK9	Маркетинг	5	Екзамен
OK10	Грошово-кредитна система	5	Диф. залік
OK11	Економіка підприємства	5	Екзамен
OK12	Макроекономіка	5	Диф. залік
OK13	Фінанси	6	Екзамен
OK14	Підприємницька діяльність	6	Диф. залік
OK15	Управління продажами	8	Диф. залік
OK16	Поведінка споживача	6	Екзамен
OK17	Філософія	3	Екзамен
OK18	Історія України та українська культура	3	Екзамен
OK19	Курсова робота з дисциплін формування загальних компетентностей	6	Диф. залік
OK20	Академічна доброчесність	3	Диф. залік
OK21	Маркетингова товарна політика	7	Екзамен
OK22	Управлінський облік та аналіз	5	Диф. залік
OK23	Міжнародні стандарти обліку та звітності	6	Екзамен
OK24	Диджитал-маркетинг	7	Екзамен
OK25	Маркетинг послуг	7	Екзамен
OK26	Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей	6	Диф. залік
OK27	Цілі сталого розвитку	3	Диф. залік
OK28	Здоров'я людини (в т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)	3	Диф. залік
OK29	Маркетингова цінова політика	5	Екзамен
OK30	Маркетингова політика розподілення	5	Екзамен
OK31	Маркетингова комунікаційна політика	3	Екзамен
OK32	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
OK33	Навчально-ознайомча практика	4	Диф. залік
OK34	Виробнича практика	9	Диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
BK1	1.1 Базова загальновійськова підготовка 1.2 Дисципліна вільного вибору	3	Залік
BK2	Дисципліна вільного вибору	21	Залік
BK3	Дисципліна вільного вибору	4	Залік

BK4	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK5	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK6	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK7	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK8	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK9	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK10	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK11	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонента		60	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	

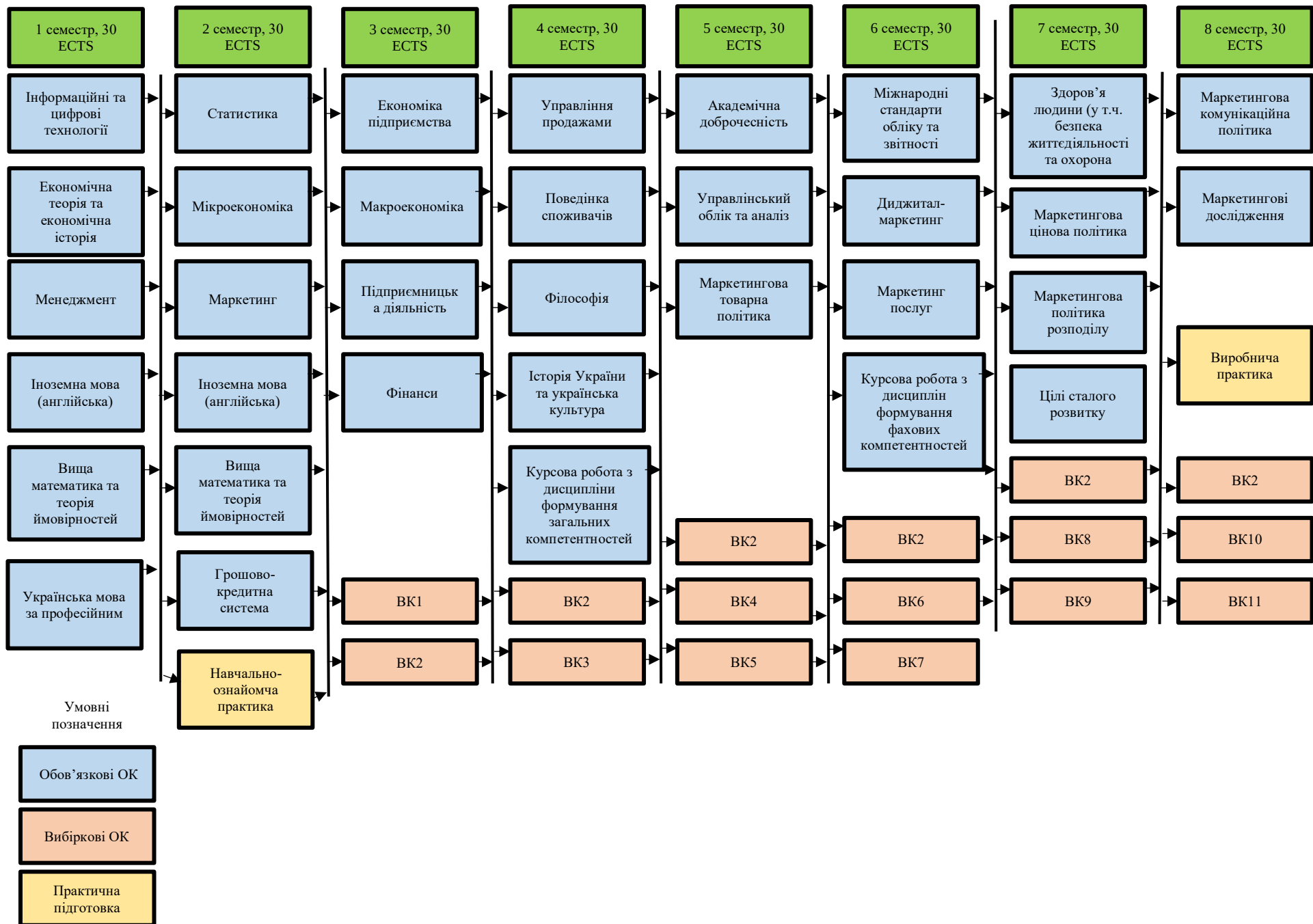
* здобувач вищої освіти здійснює свій вибір відповідно до «Про затвердження Положення про порядок та умови здійснення вибору освітніх компонентів здобувачами Університету «КРОК»:

<https://library.krok.edu.ua/media/library/category/publiczna-informatsiya/123-15-30-12-zatverdzh-polozh-pro-poriadok-ta-umovy-vyboru-nd.pdf>

** вибір здійснюється з каталогу вибіркового освітнього компонента:

<https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/yakist-osviti/individualni-osvitni-traektoriji>

2.2 Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випусників освітньо-професійної програми проводиться у формі кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Атестація здобувачів вищої освіти передбачає оцінювання результатів навчання визначених освітньо-професійною програмою ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»».

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-випусників. Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Вона 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 закладу вищої освіти 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.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компетентності Компоненти	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14
ОК1 Інформаційні та цифрові технології			+					+						
ОК2 Економічна теорія та економічна історія		+	+	+										
ОК3 Менеджмент				+		+					+			
ОК4 Іноземна мова (англійська)										+		+	+	
ОК5 Вища математика та теорія ймовірностей			+	+				+	+					
ОК6 Українська мова за професійним спрямуванням	+	+												
ОК7 Статистика								+	+					
ОК8 Мікроекономіка	+	+	+				+	+						
ОК9 Маркетинг			+	+		+	+	+			+			
ОК10 Грошово-кредитна система			+				+					+		

[illegible]

ОК28 Здоров'я людини (у т.ч. Безпека життєдіяльності, Основи охорони праці)	+	+	+										+	+
ОК29 Маркетингова цінова політика						+	+	+	+					+
ОК30 Маркетингова політика розподілення						+	+				+			
ОК31 Маркетингова комунікаційна політика		+	+			+	+	+	+	+	+			+
ОК32 Маркетингові дослідження			+	+		+		+	+		+	+		
ОК33 Навчально- ознайомча практика				+	+	+	+		+	+	+	+		
ОК34 Виробнича практика				+	+	+	+		+	+	+	+		

Компетентності Компоненти	Компетентності													
	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
OK18 Історія України та українська культура		+												
OK19 Курсова робота з дисциплін формування загальних компетентностей	+	+	+	+	+	+	+		+			+		+
OK20 Академічна доброчесність	+	+		+										
OK21 Маркетингова товарна політика	+				+		+	+	+		+			+
OK22 Управлінський облік та аналіз	+				+		+	+	+		+			+
OK23 Міжнародні стандарти обліку та звітності					+	+		+		+				
OK24 Диджитал маркетинг		+						+		+	+	+		
OK25 Маркетинг послуг	+				+		+	+	+					+
OK26 Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей	+	+	+	+	+	+	+		+			+		+
OK 27 Цілі сталого розвитку	+				+		+	+	+					+
OK28 Здоров'я людини (у т.ч. Безпека життєдіяльності, Основи охорони праці)		+												
OK29 Маркетингова цінова політика	+				+		+				+			+
OK30 Маркетингова політика розподілення	+				+		+	+			+			+
OK31 Маркетингова комунікаційна політика	+				+		+		+					+

ОК32 Маркетингові дослідження	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+
ОК33 Навчально- ознайомча практика	+	+		+				+			+	+	+	
ОК34 Виробнича практика	+	+		+				+	+		+	+	+	+

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

Компетентності Компоненти	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
ОК1 Інформаційні та цифрові технології						+	+											
ОК2 Економічна теорія та економічна історія		+			+						+	+			+	+		+
ОК3 Менеджмент	+								+		+	+	+			+		
ОК4 Іноземна мова (англійська)										+					+		+	
ОК5 Вища математика та теорія ймовірностей		+		+		+	+			+	+	+				+		
ОК6 Українська мова за професійним спрямуванням										+					+		+	
ОК7 Статистика			+	+		+	+			+								
ОК8 Мікроекономіка			+			+	+	+			+		+		+			+
ОК9 Маркетинг	+	+	+			+		+				+			+	+	+	
ОК10 Грошово-кредитна система									+	+								
ОК11 Економіка підприємства		+	+	+	+			+			+			+				
ОК12 Макроекономіка	+				+			+	+		+	+				+		
ОК13 Фінанси		+	+			+		+	+		+		+	+				
ОК14 Підприємницька діяльність		+				+	+		+						+			
ОК15 Управління продажами	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		
ОК16 Поведінка споживача	+			+		+		+		+				+		+	+	+
ОК17 Філософія										+		+			+	+		+

Компетентності Компоненти																		
	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
ОК18 Історія України та українська культура												+			+			+
ОК19 Курсова робота з дисциплін формування загальних компетентностей			+	+		+	+		+			+				+	+	+
ОК20 Академічна добросесність												+			+			+
ОК21 Маркетингова товарна політика	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+
ОК22 Управлінський облік та аналіз		+	+	+				+				+			+	+		
ОК23 Міжнародні стандарти обліку та звітності		+		+			+		+		+					+		
ОК24 Диджитал - маркетинг		+		+				+							+		+	
ОК25 Маркетинг послуг	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+
ОК26 Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+				+	+	+
ОК27 Цілі сталого розвитку		+		+		+	+			+	+							
ОК28 Здоров'я людини (у т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)							+	+				+			+	+		
ОК29 Маркетингова цінова політика	+			+		+		+		+				+		+		
ОК30 Маркетингова політика	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		

Компетентності Компоненти	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
	розподілення																	
ОК31 Маркетингова комунікаційна політика	+			+		+		+		+				+	+	+		+
ОК32 Маркетингові дослідження	+	+		+	+		+	+	+					+		+		
ОК33 Навчально- ознайомча практика		+	+			+	+		+	+			+	+	+	+	+	+
ОК34 Виробнича практика		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+