

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА „КРОК”**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

першого рівня вищої освіти

галузі знань 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

за спеціальністю 075 «МАРКЕТИНГ»

ПЕРЕДМОВА

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

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки бакалаврів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою у складі:

ГАРАНТ:

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

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Петрова І.Л., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

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»

Єфіменко Н.І., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Петрова Л., фахівець навчального центру ТОВ «Епіцентр К»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються)

ВСТУП

Освітньо-професійна програма розроблена на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН від 05.12.2018 № 1343.

Освітньо-професійна програма використовується під час:

- 1) ліцензування спеціальності та акредитації освітньої програми;
- 2) складання навчальних планів;
- 3) формування силабусів освітніх компонент, програм практик, індивідуальних завдань;
- 4) формування індивідуальних навчальних планів студентів;
- 5) розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;
- 6) атестації бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг»;
- 7) визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- 8) професійної орієнтації здобувачів фаху;
- 9) зовнішнього контролю якості підготовки фахівців.

Користувачі освітньо-професійної програми:

- здобувачі вищої освіти, які навчаються у ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК»;
- викладачі ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК», які здійснюють підготовку бакалаврів спеціальності 075 Маркетинг;
- екзаменаційна комісія спеціальності 075 Маркетинг;
- приймальна комісія ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК»

Освітньо-професійна програма поширюється на кафедри Університету, які беруть участь у підготовці фахівців спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти.

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» Факультет економіки та підприємництва Кафедра маркетингу та поведінкової економіки
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	МАРКЕТИНГ
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 120-180 кредитів ЄКТС. Термін навчання: - на денній формі навчання – 3 роки 10 місяців; - на заочній (дистанційній) формі навчання – 4 роки
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, НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта. 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
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	До 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.krok.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Формування загальних та фахових компетентностей у студентів для успішного здійснення професійної діяльності у сфері маркетингу; формування системи комплексних знань з теоретичних засад, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Освітньо-професійна програма галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; спеціальність 075 «Маркетинг». <i>Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів</i> <i>Теоретичний зміст</i> предметної області маркетингу

	ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. <i>Предметна область</i> містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, PR та реклами, соціального маркетингу, маркетингу в організації стартапів, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, інформаційних систем і технологій в маркетингу, математичних і статистичних методів у маркетингу з врахуванням глобалізаційних процесів, управлінні змінами, копірайтингу, маркетингу персоналу, бренд-менеджменту, маркетингового менеджменту. <i>Мета навчання</i> – підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Методи та методики:</i> сукупність загальнонаукових і спеціальних методів, методик, процедур та інструментів здійснення маркетингової діяльності на підприємствах різних форм власності та бізнес-організацій в умовах мінливого ринкового середовища. <i>Інструменти та обладнання</i> охоплюють сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи та програмні продукти, необхідні для прийняття та реалізації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, поведінка споживача, маркетингове забезпечення управлінських рішень, маркетингові дослідження, управління продажами, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика розподілу, маркетингова політика комунікацій, SMM-маркетинг, копірайтинг, маркетинг послуг.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма побудована на основі вивчення результатів новітніх досліджень у галузі сучасного маркетингу і забезпечує поглиблене вивчення дисциплін, що становлять її предметну область. В її основу також покладено сучасний практично-орієнтований підхід до навчання. Залучення до навчального процесу експертів-практиків та залучення до практичної діяльності за майбутнім фахом; можливість брати участь у програмах академічної мобільності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньо-професійної програми можуть обіймати посади: консультант з маркетингу, менеджер (управитель) з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, агент рекламний, менеджер (управитель) з реклами, представник з реклами, рекламіст, менеджер (управитель) із

	зв'язків з громадськістю, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, економіст із збуту, економіст із ціноутворення, менеджер (управитель) із збуту, організатор із збуту та інші, які визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010».
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	Форми викладання: лекції, практичні (семінарські) заняття, лабораторні роботи, самостійна робота, індивідуальні заняття, консультації з викладачами, тренінги (практикуми), виконання кваліфікаційної роботи. Підходи та технології навчання: студентоцентроване, проблемне і практико-орієнтоване навчання.
Оцінювання	<i>Поточний контроль</i> : усні відповіді, тестування, модульні контрольні роботи, аналіз статей, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, а також захист рефератів, курсових робіт, звітів з практики. <i>Підсумковий контроль</i> : складання письмових іспитів, захист виробничої практики.
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, магістри з маркетингу, які мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації; до освітнього процесу можливе залучення фахівців-практиків підприємств, установ і бізнес-організацій – партнерів кафедри, а також професійних асоціацій та об'єднань для викладання окремих дисциплін, проведення гостьових лекцій практиками.
Матеріально-технічне забезпечення	Здобувачі вищої освіти забезпечені навчальними приміщеннями (лекційні, аудиторні приміщення, кабінети,

	лабораторії тощо), комп'ютерними лабораторіями, медичним пунктом і гуртожитком. Аудиторії, забезпечені сучасним мультимедійним обладнанням, постійним доступом до мережі Інтернет.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Здобувачі вищої освіти можуть користуватися бібліотекою, яка також має значний електронний фонд, періодичні та фахові видання, у тому числі зарубіжні. Здобувачі мають доступ до системи дистанційного навчання на платформі Moodle, навчально-методичних комплексів з дисциплін навчального плану
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Університету «КРОК» та закладів-партнерів.
Міжнародна кредитна мобільність	Реалізація програм міжнародної кредитної мобільності у межах програми співробітництва з зарубіжними університетами-партнерами згідно з договором про співпрацю з Університетом «КРОК» та Міжінституційної угоди у рамках програми Еразмус+ (укладені угоди з 50 Університетами): університетом Яноша Кодолані (Угорщина), Академією імені Леона Козмінського (Польща), Університетом Домброва Гурніча (Польща), Університетом Ханзе (Нідерланди), Університетом імені Миколаса Ромеріса (Литва), Університетом Туріба (Латвія), Університетом Фоджа (Італія), Католицьким університетом Сан Антоніо (Іспанія) та ін.; забезпечення мобільності за індивідуальною ініціативою.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно з визначеними правилами МОН України та правилами прийому на навчання до ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК».

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

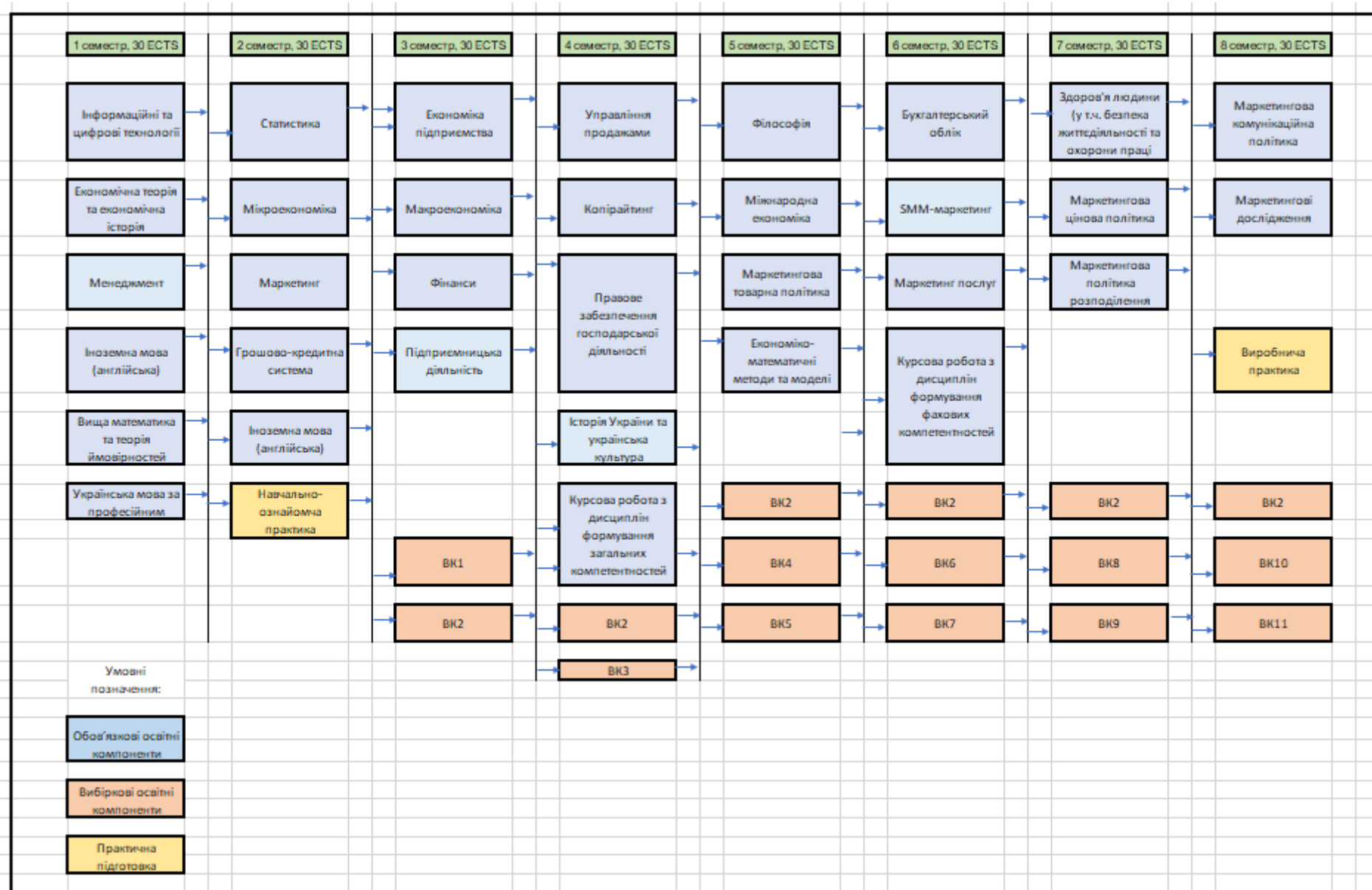
2.1. Перелік компонент ОПП

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	5	Диф. залік
OK2	Економічна теорія та економічна історія	5	Екзамен
OK3	Менеджмент	5	Диф. залік
OK4	Іноземна мова (англійська)	10	Екзамен/ Диф. залік
OK5	Вища математика та теорія ймовірностей	5	Екзамен
OK6	Українська мова за професійним спрямуванням	5	Екзамен
OK7	Статистика	5	Екзамен
OK8	Мікроекономіка	5	Екзамен
OK9	Маркетинг	5	Екзамен
OK10	Грошово-кредитна система	5	Диф. залік
OK11	Економіка підприємства	5	Екзамен
OK12	Макроекономіка	5	Диф. залік
OK13	Фінанси	5	Екзамен
OK14	Підприємницька діяльність	5	Диф. залік
OK15	Управління продажами	5	Диф. залік
OK16	Копірайтинг	5	Диф. залік
OK17	Правове забезпечення господарської діяльності	5	Екзамен
OK18	Історія України та українська культура	5	Екзамен
OK19	Курсова робота з дисциплін формування загальних компетентностей	5	Диф. залік
OK20	Філософія	5	Диф. залік
OK21	Міжнародна економіка	5	Екзамен
OK22	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
OK23	Економіко-математичні методи та моделі	5	Диф. залік
OK24	Бухгалтерський облік	5	Екзамен
OK25	SMM-маркетинг	5	Екзамен
OK26	Маркетинг послуг	5	Екзамен
OK27	Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей	5	Диф. залік
OK28	Здоров'я людини (в т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)	5	Диф. залік
OK29	Маркетингова цінова політика	5	Екзамен
OK30	Маркетингова політика розподілення	5	Екзамен
OK31	Маркетингова комунікаційна політика	5	Екзамен
OK32	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
OK33	Навчально-ознайомча практика	5	Диф. залік
OK34	Виробнича практика	10	Диф. залік

Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
BK1	Дисципліна вільного вибору	4	Залік
BK2	Дисципліна вільного вибору	20	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 вибіркових компонент		60	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	

* Згідно із пунктом 15 частини 1 статті 62 Законом України “Про вищу освіту” студенти мають право на «вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу.

2.2 Структурно-логічна схема ОПШ



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 з маркетингу

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			+				+					+		
ОК11 Економіка підприємства				+			+		+		+			
ОК12 Макроекономіка				+		+								
ОК13 Фінанси			+		+		+							
ОК14 Підприємницька діяльність				+		+					+			
ОК15 Управління продажами						+	+	+	+		+			+

Компетентності Компоненти	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14
OK16 Копірайтинг						+	+		+	+				+
OK17 Правове забезпечення господарської діяльності	+	+		+					+			+		
OK18 Історія України та українська культура	+	+	+	+	+			+			+		+	+
OK19 Курсова робота з дисциплін формування загальних компетентностей			+	+	+	+			+	+	+			+
OK20 Філософія	+	+	+	+	+			+			+		+	+
OK21 Міжнародна економіка			+	+				+				+	+	
OK22 Маркетингова товарна політика		+	+			+	+	+			+			
OK23 Економіко- математичні методи та моделі			+	+				+	+					
OK24 Бухгалтерський облік			+				+		+					
OK25 SMM-маркетинг									+					+
OK26 Маркетинг послуг		+	+			+	+	+			+			
OK27 Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей			+	+	+	+			+	+	+			+
OK28 Здоров'я людини (у т.ч. Безпека життєдіяльності, Основи охорони праці)	+	+	+										+	+
OK29 Маркетингова цінова політика						+	+	+	+					+

Компетентності Компоненти	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14
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 Філософія	+	+		+										
OK21 Міжнародна економіка							+				+			
OK22 Маркетингова товарна політика	+				+		+	+	+		+			+
OK23 Економіко-математичні методи та моделі					+	+		+		+				
OK24 Бухгалтерський облік					+					+				
OK25 SMM-маркетинг		+						+		+	+	+		
OK26 Маркетинг послуг	+				+		+	+	+					+
OK27 Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей	+	+	+	+	+	+	+		+			+		+
OK28 Здоров'я людини (у т.ч. Безпека життєдіяльності, Основи охорони праці)		+												
OK29 Маркетингова цінова політика	+				+		+				+			+
OK30 Маркетингова політика розподілення	+				+		+	+			+			+
OK31 Маркетингова комунікаційна	+				+		+		+					+

Компетентності Компоненти	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
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 Копірайтинг	+			+		+		+		+				+		+	+	+
ОК17 Правове										+		+			+	+		+

Компетентності Компоненти	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
забезпечення господарської діяльності																		
OK18 Історія України та українська культура												+			+			+
OK19 Курсова робота з дисциплін формування загальних компетентностей			+	+		+	+		+			+				+	+	+
OK20 Філософія												+			+			+
OK21 Міжнародна економіка		+	+	+				+				+			+	+		
OK22 Маркетингова товарна політика	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+
OK23 Економіко-математичні методи та моделі		+		+			+		+		+					+		
OK24 Бухгалтерський облік		+		+		+	+			+	+							
OK25 SMM-маркетинг		+		+				+							+		+	
OK26 Маркетинг послуг	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+
OK27 Курсова робота з дисциплін формування фахових компетентностей	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+				+	+	+
OK28 Здоров'я людини (у т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)							+	+				+			+	+		
OK29 Маркетингова цінова політика	+			+		+		+		+				+		+		
OK30 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		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+