

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ імені С.З. ГЖИЦЬКОГО**

ПРОЄКТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

(назва ОПП)

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(рівень вищої освіти)

за спеціальністю

D5 «МАРКЕТИНГ»

галузі знань

D «Бізнес, адміністрування та право»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради _____ Іван ПАРУБЧАК

(протокол № __ від _____ 202_ р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2025 р.

Ректор _____ Іван ПАРУБЧАК

(наказ №__ від «__» _____ 2026 р.)

ЛЬВІВ 2026

ПЕРЕДМОВА

Освітньої програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує вимоги щодо підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі знань Д «Бізнес, адміністрування та право» за спеціальністю D5 «Маркетинг». Вона враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» Національної рамки кваліфікацій та Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань Д «Бізнес, адміністрування та право», спеціальність: D5 «Маркетинг». Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 13.11.2018 р. № 1244 (із змінами внесеними наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343 та наказом Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 № 842).

Розроблено робочою групою у складі:

1. **Линдюк Андрій Олександрович** – керівник проектної групи (гарант освітньої програми), д.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингових стратегій
2. **Брух Оксана Олексіївна** – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингових стратегій
3. **Гаврилюк Іванна Іванівна** – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингових стратегій
4. **Когут Мар'яна Володимирівна** – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингових стратегій
5. **Попович Софія Володимирівна** – здобувачка 3-го року навчання факультету управління, економіки та права спеціальності 075 «Маркетинг».

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗОВНІШНІЮ АПРОБАЦІЮ

А. Рецензії

1. Бочко О.Ю., професор кафедри маркетингу та логістики Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор.
2. Данько Ю.І., професор кафедри маркетингу та логістики, проректор Сумського національного аграрного університету, д.е.н., професор.
3. Дудар В.Т., доцент кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету, к.е.н., доцент

В. Відгуки представників ринку праці

1. Рурак І.В., менеджер зі збуту ТОВ «КраснеБрук».
2. Гапук А.Я., керівник відділу маркетингу ТОВ «Компанія Ензим».
3. Думін Р.Я., керівник відділу активних продаж ТОВ «АДС Захід».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького Факультет управління, економіки та права Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингових стратегій
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Тип програми	Освітньо-професійна
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому	Диплом бакалавра, одиничний.
Наявність акредитації	Національне агенство забезпечення якості вищої освіти; Україна; 01.07.2030 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Форми здобуття освіти, кількість кредитів ЄКТС та розрахункові строки виконання освітньої програми	Основними формами здобуття вищої освіти є: інституційна (очна, заочна), дуальна. 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців на базі повної загальної середньої освіти; <i>180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців на базі ступеня «фаховий молодший бакалавр».</i>
Передумови	Повна загальна середня освіта або наявність освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст». Решта вимог визначаються Правилами прийому до Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького.
Мова(и) викладання	Українська мова

Термін дії освітньої програми	До 01.07.30 р.
Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	—
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/osvitprog/rvo-bakalavrosvprog
2. Мета (цілі) освітньої програми	
- Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють необхідними фаховими знаннями та навиками, сучасним мисленням, комплексом загальних та професійних компетентностей для вмілого вирішення прикладних завдань у сфері маркетингу в умовах глобалізації економіки.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг, освітня програма «Маркетинг».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Міждисциплінарна та професійна підготовка здобувачів вищої освіти з маркетингу, прийняття ефективних професійних та організаційно-технічних рішень в сфері маркетингу та управлінні маркетинговою діяльністю підприємства; виконання розробки та реалізації ефективної стратегії маркетингу в умовах глобалізаційної економіки.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна в галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D5 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг» Ключові слова: Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, політика розподілу, міжнародні ринки, маркетингова цінова політика, маркетингові комунікації, цифровий маркетинг, брендинг, маркетинг територій, бізнес-маркетинг, управління, аудит.

Особливості програми	Програма ґрунтується на основних поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку сучасного ринку. Програма передбачає відповідну підготовку маркетологів, здатних до швидкої адаптації трансформаційних ринкових змін та новітнього бізнес-середовища. Орієнтована на базову підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасного економічного середовища. Враховує особливості вирішення практичних питань маркетингової діяльності загалом, на міжнародному рівні, в тому числі на міжнародному рівні. Формує маркетологів з новим філософським способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи економічного аналізу, але й розробляти нові на базі сучасних досягнень.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник з професійною кваліфікацією «Бакалавр маркетингу» придатний до працевлаштування на відповідні посади на підприємствах, в системі державного управління та місцевого самоврядування: 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. Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою 7 рівня НРК, другого циклу QF-EHEA, 7 рівня EQF-LLL для здобуття освітнього ступеня магістр. Підвищення кваліфікації та отримання додаткової післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основою викладання та навчання є студентоцентризований підхід. Використовуються технології інтенсифікації та індивідуалізації, технологія дистанційного та розвивального навчання, технології індивідуального, програмованого, розвивального навчання, кредитно-трансферна система організації навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання здійснюється

	у формі мультимедійних та інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, самостійного навчання з використанням підручників та посібників, консультацій з викладачами тощо.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється відповідно до «Положення про критерії оцінювання знань та вмінь студентів Львівського національного університету природокористування.» https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/zahalni-polozhennia . Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: Екзамен, залік. Поточний контроль – усне та письмове опитування, оцінка роботи в малих групах, тестування, захист індивідуальних завдань. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю, захист курсових робіт/проектів і звітів за практику.
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. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Фахові спеціальні компетентності спеціальності (ФК) або (СК) або	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

- 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 нефахівцям 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

Випусковою кафедрою є кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу.

Якісний склад науково-педагогічних працівників випускової кафедри та структура розподілу навчального навантаження підготовки фахівців зі спеціальності D5 «Маркетинг» відповідають діючим нормативам освітньої діяльності з підготовки студентів освітнього ступеня «Бакалавр», що відповідає державним вимогам до акредитації зазначеної спеціальності.

Усі науково-педагогічні працівники, які забезпечують викладання дисциплін освітньої програми, є працівниками університету і мають кваліфікацію відповідно до спеціальності. До викладання окремих вибірових дисциплін спеціальності залучатимуться фахівці з виробництва, зокрема регіональні представники компаній ТОВ «АДС Захід», ТОВ «Краснебрук», маркетингова агенція «Знаєш Agency», Львівський обласний центр зайнятості та інші.

Матеріально- технічне забезпечення

Матеріально-технічна база для спеціальності D5 «Маркетинг» створена і відповідає вимогам до акредитації спеціальності. Аудиторний фонд дозволяє проводити лекційні та практичні заняття з усіх навчальних дисциплін.

	Забезпеченість мультимедійним обладнанням та комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі. Наявна уся необхідна соціально-побутова інфраструктура. Кількість місць у гуртожитках є достатньою. Задоволення соціально-побутових потреб учасників навчального процесу забезпечують: гуртожитки, готель; заклади громадського харчування (кафе, їдальня, буфети тощо); кіоски; спортивні майданчики та спортзали; парки. Львівський національний університет природокористування має статус студентського містечка.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Освітній процес забезпечений навчально-методичною та науковою літературою та відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 у чинній редакції). Програма повною мірою забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх навчальних компонентів. Зокрема здобувачам освіти надається доступ до: - електронних навчальних курсів у Віртуальному навчальному середовищі; - українських та закордонних фахових періодичних видань відповідно до профілю наук у бібліотеці (у тому числі в електронному вигляді); - доступу до публікацій наукометричних баз Scopus, Web of Science; - офіційного веб-сайту університету, на якому розміщена основна інформація про організацію навчального процесу; - електронного каталогу бібліотеки університету; - освітньої програми, навчального плану, робочих програм з усіх навчальних дисциплін навчального плану; - програми практичної підготовки; - методичних рекомендацій щодо виконання лабораторних та практичних робіт.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького» на основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій

	ім. Гжицького та університетами України. Університет переводить студентів з інших ЗВО України за спеціальністю D5 «Маркетинг» з перезарахуванням дисциплін у межах кредитно-трансферної системи. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до академічної довідки згідно з «Положенням про порядок перезарахування (зарахування) навчальних дисциплін чи інших компонентів навчального плану у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького».
Міжнародна кредитна мобільність	Університет усіляко сприяє міжнародній академічній мобільності здобувачів освіти і науково-педагогічних працівників на підставі двосторонніх договорів з іноземними навчальними закладами (1. Таврійським державним агротехнологічним університетом; 2. Харківським національним аграрним університетом імені В.В. Докучаєва; 3. Сумський національний аграрний університет; 4. Миколаївським національним аграрним університетом, 5. Національним університетом «Львівська політехніка», 6. Львівським національним університетом імені Івана Франка.). Індивідуальна академічна мобільність можлива шляхом участі у програмах проекту Еразмус +. Відповідно до навчальних планів, програми академічної мобільності можуть бути реалізовані студентами I-IV-го курсу бакалаврату.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах.

2. Перелік компонент освітньо-професійної та їх логічна послідовність

2.1.Перелік компонент ОП

Ко д н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота	Кіль- кість креди- тів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Історія ідентичності та бренду України	3	Залік
ОК 2.	Копірайтинг та професійне письмо	3	Залік
ОК 3.	Правознавство та правове забезпечення	5	Іспит
ОК 4.	Маркетинг	9	Іспит
ОК 5.	Цифрові інструменти маркетолога	4	Іспит
ОК 6.	Математика (вища математика і теорія ймовірності)	5	Іспит
ОК 7.	Етика ділових відносин	4	Іспит
ОК 8.	Економічна теорія (макро-, мікроекономіка)	5	Іспит
ОК 9.	Бізнес-статистика	4	Іспит
ОК 10.	Цифровий маркетинг	4	Іспит
ОК 11.	Маркетингові дослідження	4	Іспит
ОК 12.	Маркетингова товарна політика	4	Іспит
ОК 13.	Маркетинговий аналіз. Курсова робота із маркетингового аналізу	6	Іспит, захист к/р
ОК 14.	Маркетингова цінова політика	4	Іспит
ОК 15.	Маркетингові комунікації	4	Іспит
ОК 16.	Фізичне виховання та основи захисту України	8	Заліки
ОК 17.	Іноземна мова	9	Заліки, іспит
ОК 18.	Поведінка споживача	4	Іспит
ОК 19.	Реклама в системі маркетингу	4	Іспит
ОК 20.	Менеджмент	4	Іспит
ОК 21.	Інфраструктура товарних ринків	4	Іспит
ОК 22.	Маркетинг територій. Курсова робота із маркетингу територій	5	Іспит, захист к/р
ОК 23.	Управління розподілом та продажами	4	Іспит
ОК 24.	Міжнародна торгівля (іноземною мовою)	4	Іспит
ОК 25.	Бізнес-маркетинг	4	Іспит
ОК 26.	Брендинг	4	Іспит
ОК 27.	Маркетингова логістика	4	Іспит
ОК 28.	Маркетинг неприбуткових організацій	4	Іспит

ОК 29.	Маркетинговий аудит	4	Іспит
ОК 30.	Інноваційний маркетинг	4	Іспит
ОК 31.	Міжнародний маркетинг (іноземною мовою)	4	Іспит
ОК 32.	Філософія	4	Іспит
ОК 33.	Міжнародна економіка	5	Іспит
ОК 34.	Управління маркетингом. Курсова робота із управління маркетингом	5	Іспит, захист к/р
ОК 35.	Навчальна практика з маркетингу	6	Залік
ОК 36.	Навчальна практика з маркетингових досліджень	3	Залік
ОК 37.	Навчальна практика з цифрового маркетингу	3	Залік
ОК 38.	Виробнича практика	6	Залік
ОК 39.	Атестаційний екзамен	6	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1	Дисципліна 1	3	Залік
ВК 2	Дисципліна 2	3	Залік
ВК 3	Дисципліна 3	3	Залік
ВК 4	Дисципліна 4	3	Залік
ВК 5	Дисципліна 5	3	Залік
ВК 6	Дисципліна 6	3	Залік
ВК 7	Дисципліна 7	3	Залік
ВК 8	Дисципліна 8	3	Залік
ВК 9	Дисципліна 9	3	Залік
ВК 10	Дисципліна 10	3	Залік
ВК 11	Дисципліна 11	3	Залік
ВК 12	Дисципліна 12	3	Залік
ВК 13	Дисципліна 13	3	Залік
ВК 14	Дисципліна 14	3	Залік
ВК 15	Дисципліна 15	3	Залік
ВК 16	Дисципліна 16	3	Залік
ВК 17	Дисципліна 17	3	Залік
ВК 18	Дисципліна 18	3	Залік
ВК 19	Дисципліна 19	3	Залік
ВК 20	Дисципліна 20	3	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	
Базова загальновійськова підготовка (БЗВП)*		3	Диференційований залік

* Відповідно до статті 10¹ Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу» та «Порядку проведення базової загальновійськової підготовки (БЗВП) громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» затвердженого постановою Кабінету Міністрів

України від 21.06.2024 № 734, базову підготовку проходять громадяни України чоловічої статі (жіночої статі - добровільно), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти. Від проходження базової підготовки звільняються громадяни, які: визнані за станом здоров'я непридатними до військової служби; до набуття громадянства України пройшли військову службу в інших державах; проходили військову службу; мають сертифікат про проходження базової підготовки та здобуття військово-облікової спеціальності.

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Короткий опис логічної послідовності вивчення компонент освітньої програми. Рекомендується представляти у вигляді графа.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен – це підсумковий контроль результатів навчання здобувача вищої освіти, які він повинен продемонструвати для підтвердження набуття ним компетентностей, визначених стандартом вищої освіти та освітньою програмою. Метою атестаційного екзамену є: перевірка теоретичної, компетентнісної та практичної підготовки здобувачів вищої освіти; демонстрація знань за спеціальністю, навичок практичного застосування теоретичних знань, отриманих за час навчання через систематизацію й аналіз цих знань; демонстрація здатності методичного і практичного вирішення поставлених перед здобувачем конкретних завдань.
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	
Документи, які отримує випускник у разі успішного проходження підсумкової атестації	Документ встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра з маркетингу.

4. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В університеті функціонує система менеджменту якості у сфері вищої освіти відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті університету;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення та забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

5.Процедура присвоєння професійних кваліфікацій (у разі їх присвоєння)

Професійна кваліфікація за даною освітньо-професійною програмою не присвоюється

6. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ																													
OK 1	+	+												+															
OK 2	+	+	+	+										+		+													
OK 3		+		+	+		+				+		+	+	+								+				+	+	
OK 4	+	+			+		+							+	+														
OK 5			+	+		+		+															+			+	+		
OK 6			+	+			+	+										+											
OK 7			+	+		+	+	+	+							+									+	+	+		
OK 8			+	+			+	+										+			+	+				+	+		
OK 9	+	+	+	+										+		+	+												
OK 10		+			+									+															
OK11				+						+	+		+														+		
OK12			+	+	+		+	+					+				+	+	+	+	+	+	+	+		+			
OK 13			+	+	+	+	+	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
OK 14			+	+		+	+	+	+									+		+	+	+			+	+	+	+	+
OK 15			+	+		+	+	+			+			+		+			+	+	+			+		+	+	+	+
OK 16			+	+		+	+	+						+		+	+			+	+			+	+		+		
OK 17			+	+		+	+	+	+					+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
OK 18			+	+	+	+	+				+			+		+		+	+	+	+	+	+	+		+		+	+
OK 19				+	+	+	+	+	+		+							+	+	+		+	+					+	+
OK 20			+			+	+	+			+						+	+		+	+	+				+	+		
OK 21			+		+	+	+	+				+	+			+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	
OK 22	+		+		+	+	+	+						+					+	+	+			+		+		+	+
OK 23			+	+	+	+	+	+			+		+	+		+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
OK 24		+				+	+	+				+	+					+	+	+	+	+		+		+	+		+
OK 25			+			+	+	+				+					+	+	+	+		+	+			+	+	+	+
OK 26		+	+			+	+	+				+	+			+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+
OK 27			+		+	+	+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
OK 28			+	+	+		+	+					+											+			+	+	
OK 29			+	+	+	+	+	+	+					+		+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+
OK 30				+	+	+	+				+					+	+		+	+		+					+		+
OK 31			+	+		+		+							+	+	+	+	+		+						+		+
OK 32			+			+	+	+						+		+	+	+		+	+	+				+	+		
OK 33			+			+	+	+	+		+					+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		
OK 34			+	+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
OK 35			+			+	+	+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+
OK 36			+			+	+	+						+		+	+	+		+	+	+				+	+		
OK 37			+			+	+	+	+		+					+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		
OK 38	+		+	+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
OK 39	+	+	+			+	+	+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+

7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18
OK 1	+														+			+
OK 2												+			+		+	
OK 3															+		+	+
OK 4			+										+		+			+
OK 5	+	+									+	+	+					
OK 6		+	+									+						
OK 7		+	+		+	+	+										+	
OK 8		+	+	+		+				+		+						
OK 9	+											+			+			+
OK 10																		+
OK 11			+									+			+		+	
OK 12		+	+	+						+	+	+	+					
OK 13		+	+	+									+					
OK 14		+	+	+	+	+	+	+	+	+						+		

OK 15	+	+	+		+	+	+	+		+				+	+	+	+	+
OK 16	+	+	+			+	+	+				+						+
OK 17	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+			+		
OK 18		+	+	+	+			+	+	+			+	+				
OK 19	+	+	+	+		+		+	+	+				+				
OK 20		+		+	+	+			+	+				+		+		
OK 21	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+		+	+		
OK 22		+	+			+		+		+					+			+
OK 23	+	+	+	+						+	+	+		+	+			+
OK 24		+	+			+		+	+	+		+						
OK 25		+	+	+	+	+			+	+			+	+		+		
OK 26	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+			+			+
OK 27		+	+	+		+		+	+	+			+	+		+		
OK28		+	+	+			+	+		+	+	+	+					
OK29	+		+			+	+	+						+			+	
OK30	+	+	+	+	+	+				+	+		+	+	+	+	+	
OK31	+	+	+	+								+	+				+	
OK32	+	+	+	+		+		+	+							+		
OK33	+		+	+			+	+										
OK34		+				+	+	+				+		+		+		
OK35	+	+				+	+	+				+			+	+	+	+
OK 36	+	+	+	+		+		+	+							+		
OK 37	+		+	+			+	+										
OK 38		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		
OK 39	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+