

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО



Вчена рада Хмельницького  
національного університету  
протокол від 28 04 2022 № 16

Голова Вченої ради

[Signature] Микола СКИБА  
Підпис Ініціали, прізвище

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

Вид освітньої програми

**МАРКЕТИНГ**

Назва освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ)**

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

**075 «МАРКЕТИНГ»**

Код і найменування

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

**07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»**

Шифр і назва

ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ

**БАКАЛАВР МАРКЕТИНГУ**

Назва

Освітня програма вводиться у дію

з 01 09 2022 р.

Наказ від 01 04 2022 № 47

Ректор [Signature] Сергій МАТЮХ


Підпис Ініціали, прізвище

Хмельницький 2022

**ВНЕСЕНО**

Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва

Протокол від 11 03 2022 № 9


Зав. кафедри  Світлана КОВАЛЬЧУК  
Підпис Ініціали, прізвище

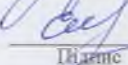
**ПРОЄКТНА ГРУПА**


Гарант (Керівник проєктної групи)

 Віталій КАРПЕНКО, к.е.н., доц.  
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

Члени проєктної групи:

 Світлана КОВАЛЬЧУК, д.е.н., проф.  
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

 Євгена ЗАБУРМЕХА, к.е.н., доц.  
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

 Сергій ДРАЖНИЦЯ, к.е.н., доц.  
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання


**ПОГОДЖЕНО:**

Вчена рада факультету економіки і управління

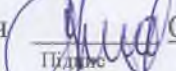
Протокол від 22.04 2022 № 6

Голова  
вченої ради  Микола БОНДАРЕНКО  
Підпис Ініціали, прізвище

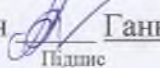
Навчально-методичний відділ

Завідувач  Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ  
Підпис Ініціали, прізвище

Навчальний відділ

Завідувач  Олег САМОЛЮК  
Підпис Ініціали, прізвище

Відділ забезпечення якості вищої освіти

Завідувач  Ганна КРАСИЛЬНИКОВА  
Підпис Ініціали, прізвище



## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Керівник громадської організації «Українська асоціація маркетингу»

Назва організації (підприємства)

Підпис

Ідентифікаційний код

Ініціали, прізвище

Президент Хмельницької торгово-промислової палати України

Назва організації (підприємства)

Підпис

Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «ДрімСвіт»

Назва організації (підприємства)

Підпис

Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «Гама-Техніка»

Назва організації (підприємства)

Підпис

Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «ІКЛАВ»

Назва організації (підприємства)

Підпис

Ініціали, прізвище

Голова студентської ради факультету економіки і управління

Назва

Підпис

Ініціали, прізвище

## Профіль освітньої програми зі спеціальності

### 075 «Маркетинг»

Код 1 найменування спеціальності

<b>1. Загальна інформація</b>	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький національний університет Факультет економіки та управління Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Назва кваліфікації	Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплому – одиничний. Обсяг - 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 4 роки.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, Україна, 2018, термін дії сертифікату (Серія УД, №23006432, 09.07.2018) – до 1 липня 2028 року
Цикл/Рівень програми	Національна рамка кваліфікацій – 6 рівень; Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти FQ-EHEA – перший цикл; Європейська рамка кваліфікацій навчання впродовж життя EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми	<a href="http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&amp;r=50">http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&amp;r=50</a>
<b>2. Мета освітньої програми</b>	
Формування особистості фахівця, здатного 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.	
<b>3. Характеристика освітньої програми</b>	
Предметна область	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма.
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, стратегія, товар, ціна, розподіл, комунікації.
Особливості програми	Використання в навчальному процесі інтеграції освітнього і виробничого процесів та залучення до освітнього процесу провідних науковців, спеціалістів-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів.
<b>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
Придатність до працевлаштування	Випускник освітнього рівня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010. Редакція від 25.10.2021. Підстава – v0810930-21) займати первинну посаду за категоріями: 3429.1 Агент рекламний; 3429.2 Представник з реклами; 3429.3 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 3439 Фахівець з інтерв'ювання; 3449 Державний інспектор з ринкового нагляду 3472 Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації).
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
Викладання та навчання	Лекції. Практикуми та практичні заняття в групі. Заняття з розв'язання проблем. Лабораторні заняття. Стажування/практика. Онлайн/ електронне навчання. Самостійна робота.

	<p>За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі тощо).</p> <p>За організаційними формами: колективного та інтегративного навчання (кейсів, рольових (ділових) ігор, дебатів, ситуаційних вправ тощо).</p> <p>За орієнтацією педагогічної взаємодії: технологія співпраці</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль тощо.</p> <p>Форми контролю: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист лабораторних та індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, іспити, підсумкова атестація – атестаційний іспит.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною – («зараховано», «незараховано»)</p>
<b>6. Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 01. 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>ЗК 02. 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 й технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 03. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї</p> <p>ЗК 04. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 05. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 06. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>ЗК 07. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 08. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 10. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 11. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 14. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Фахові компетентності (ФК)</b>	<p>ФК 01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 02. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 03. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 04. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p>



	<p>ФК 08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7. Програмні результати навчання (ПРН)</b>	
<p>ПРН1. Асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти, визнавати верховенство права, зокрема у професійній діяльності, розуміти і вміти користуватися власними правами і свободами, виявляти повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу.</p> <p>ПРН2. Відтворювати моральні, культурні, наукові цінності, примножувати досягнення суспільства в соціально-економічній сфері, пропагувати ведення здорового способу життя.</p> <p>ПРН3. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН4. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН5. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН6. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН7. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН8. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН9. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН10. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН11. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН12. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН13. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН14. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН15. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН16. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН17. 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.</p> <p>ПРН18. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН19. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН20. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>	
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Кадрове забезпечення	<p>Склад проектної групи: п'ять осіб, один доктор наук, чотири кандидати наук, працюють за основним місцем роботи та мають кваліфікацію відповідно до спеціальності.</p> <p>Група забезпечення спеціальності – 8 осіб (доктори наук, професори – 2 особи (25%) і кандидати наук, доценти – 6 осіб (75%)).</p> <p>Науково-викладацький склад кафедри маркетингу і торговельного підприємництва –</p>

	15 осіб, з них: 4 особи (26,7%) – доктори наук, професори; 10 осіб (66,7%) – кандидати наук, доценти, 1 особа (6,6%) – старший викладач. Всі викладачі мають рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог. Для організації зв'язку з реальним виробництвом до викладання деяких дисциплін залучаються фахівці з реального сектору управління торговельним бізнесом і комерційної логістики.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів для фактичного контингенту студентів становить 6,4 м <sup>2</sup> (при навчанні у дві зміни), що відповідає рекомендованим показникам розрахункової площі навчальних закладів. Кількість лекційних аудиторій, аудиторій для проведення практичних, лабораторних занять, навчально-виховних заходів, достатня для здійснення освітньої діяльності. Лекційні аудиторії оснащені мультимедійним обладнанням.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Наявність: <ul style="list-style-type: none"> <li>- українських та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю у бібліотеці (у тому числі в електронному вигляді);</li> <li>- офіційного веб-сайту ХНУ, на якому розміщена основна інформація про організацію навчального процесу;</li> <li>- модульного середовища для навчання MOODLE;</li> <li>- електронної бібліотеки університету;</li> <li>- освітньої програми, навчального плану, робочих програм з усіх навчальних дисциплін навчального плану;</li> <li>- програм з усіх видів практичної підготовки та підсумкової атестації;</li> <li>- методичних вказівок до виконання лабораторних та практичних робіт, написання курсових робіт.</li> </ul>
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між ХНУ та закладами вищої освіти України: Хмельницький університет економіки і підприємництва; Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут; Херсонський національний технічний університет; Херсонський державний аграрно-економічний університет; Запорізький національний університет; Дніпровський державний аграрно-економічний університет; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця; Черкаський державний технологічний університет.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Програми Подвійного Диплому із навчальними закладами Польщі: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Краківською політехнікою ім.Т.Костюшка, <a href="http://www.pk.edu.pl">www.pk.edu.pl</a></li> <li>- Люблінським технічним університетом, <a href="http://www.pollub.pl/">www.pollub.pl/</a></li> <li>- Свентокшиською політехнікою в Кельцах. <a href="http://www.tu.kielce.pl">www.tu.kielce.pl</a></li> </ul>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Не здійснюється.

## II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент освітньої програми

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>				
<b>Загальна підготовка (ОЗП)</b>				
ОЗП.01	Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	4	іспит	1
ОЗП.02	Макроекономіка	5	іспит, курсова робота	2
ОЗП.03	Мікроекономіка	5	іспит	3
ОЗП.04	Вища та прикладна математика	7	залік, іспит	1, 2
ОЗП.05	Економічна інформатика	5	іспит	1
ОЗП.06	Статистика	4	іспит	1
ОЗП.07	Основи наукових досліджень	5	іспит	7
ОЗП.08	Правознавство (в т.ч. господарське право)	4	залік	1
ОЗП.09	Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика)	4	залік	2
ОЗП.10	Іноземна мова	5	залік, іспит	1, 2
ОЗП.11	Фізичне виховання та основи здоров'я	4	залік	2
<b>Професійна підготовка (ОПП)</b>				
ОПП.01	Економіка підприємства	5	іспит, курсова робота	3
ОПП.02	Економіко-математичні методи та моделі	5	іспит	3
ОПП.03	Економіка праці й соціально-трудова відносини	5	іспит	5
ОПП.04	Бухгалтерський облік та оподаткування	5	іспит	4
ОПП.05	Фінанси і банківська справа	5	іспит	4
ОПП.06	Маркетинг	10	залік, іспит, курсова робота	3, 4
ОПП.07	Менеджмент	5	іспит	6
ОПП.08	Маркетингові дослідження	7	іспит, курсова робота	7
ОПП.09	Основи підприємництва	5	іспит	1
ОПП.10	Зовнішньоекономічна діяльність у професійній сфері	5	іспит	7
ОПП.11	Інформаційні системи у професійній діяльності	5	іспит	4
ОПП.12	Практика і технологія продажів	5	іспит	6
ОПП.13	Логістична інфраструктура товарного ринку	5	залік	2
ОПП.14	Паблік рилейшинз та основи копірайтингу	5	залік	2
ОПП.15	Заготівельно-розподільчий маркетинг	5	іспит	7
ОПП.16	Маркетингові комунікації	6	іспит, курсова робота	8
ОПП.17	Логістика	5	іспит, курсова робота	5
ОПП.18	Маркетинг послуг	8	залік, іспит, курсова робота	5, 6
ОПП.19	B2B маркетинг	5	іспит	5
ОПП.20	Маркетингова товарна політика	7	іспит	6
ОПП.21	Маркетингове ціноутворення	5	іспит	8
ОПП.22	Навчальна практика	3	залік	2
ОПП.23	Виробнича практика	7	залік	8
ОПП.24	Атестаційний екзамен		іспит	8
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>			180	
<b>ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>				



Вибіркові дисципліни 3 семестру*	12	заліки	3
Вибіркові дисципліни 4 семестру*	8	заліки	4
Вибіркові дисципліни 5 семестру*	12	заліки	5
Вибіркові дисципліни 6 семестру*	8	заліки	6
Вибіркові дисципліни 7 семестру*	8	заліки	7
Вибіркові дисципліни 8 семестру*	12	заліки	8
<b>Загальний обсяг вибірових компонент</b>	60		
<b>Загальний обсяг освітньої програми</b>	240		

\* перелік освітніх компонентів формується здобувачами вищої освіти з університетського каталогу дисциплін вільного вибору

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Структурно-логічна схема підготовки визначає процес реалізації ОП, тобто короткий опис логічної послідовності вивчення компонент ОП. Структурно-логічну схему представлено у вигляді графа 2.2.1 та таблиці 2.2.1.

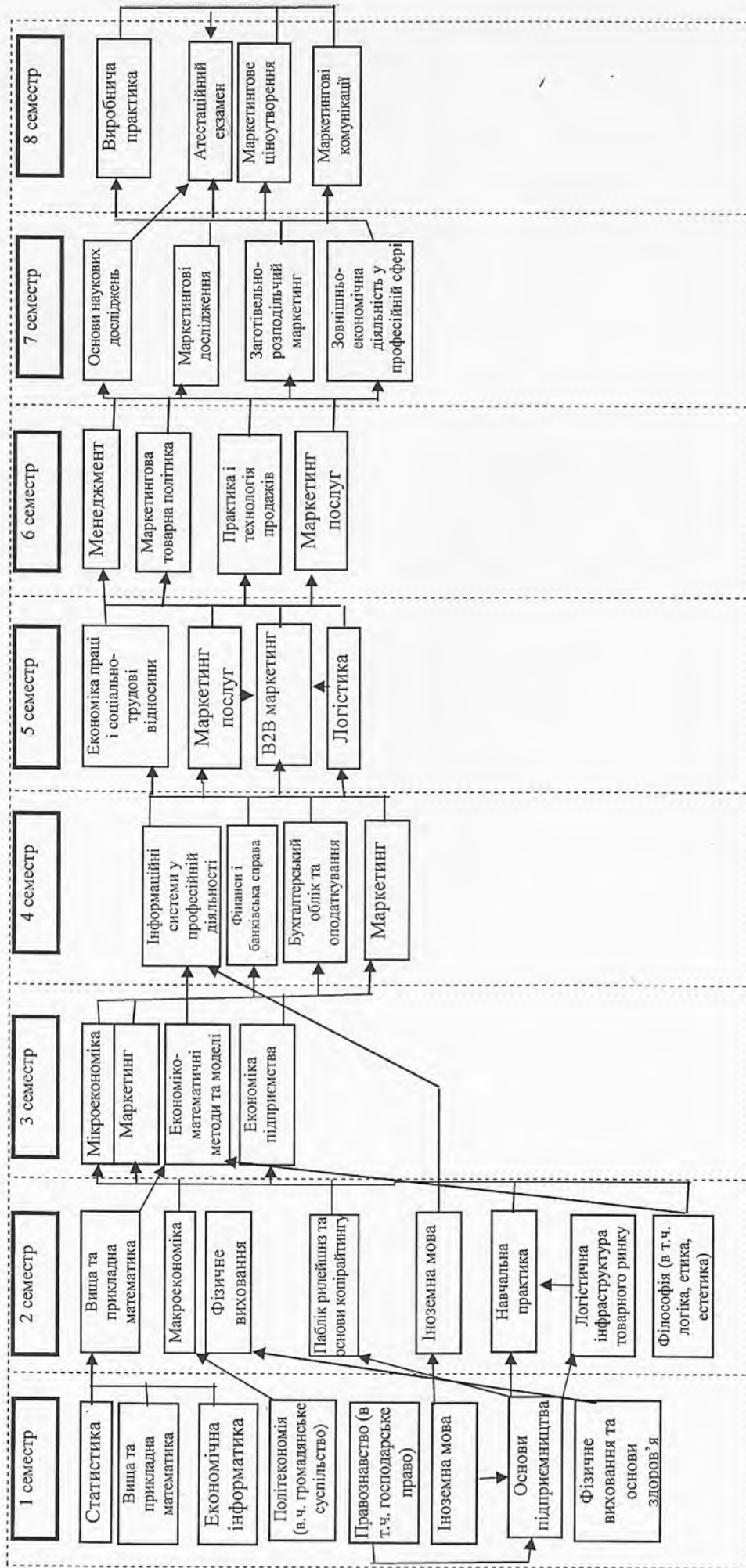


Рисунок 2.2.1 – Структурно-логічна схема

Таблиця 2.2.1 – Структурно-логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізити, кореквізити)

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	1	-	ОЗП 02 Макроекономіка ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини
ОЗП.02	Макроекономіка	2	ОЗП 01 Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини ОПП 06 Маркетинг
ОЗП.03	Мікроекономіка	3	ОЗП 02 Макроекономіка ОПП 22 Навчальна практика ОПП 13 Логістична інфраструктура товарного ринку ОПП 09 Основи підприємництва ОЗП 01 Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 06 Маркетинг
ОЗП.04	Вища та прикладна математика	1, 2	ОЗП 06 Статистика ОЗП 05 Економічна інформатика	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.05	Економічна інформатика	1	-	ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.06	Статистика	1	-	ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.07	Основи наукових досліджень	7	ОЗП 09 Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика) ОПП 06 Маркетинг ОПП 07 Менеджмент	ОПП 24 Атестаційний екзамен
ОЗП.08	Правознавство (в т.ч. господарське право)	1	-	ОПП 09 Основи підприємництва ОПП 22 Навчальна практика
ОЗП.09	Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика)	2	-	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 06 Маркетинг ОЗП 07 Основи наукових досліджень
ОЗП.10	Іноземна мова	1, 2	-	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.11	Фізичне виховання та основи здоров'я	1, 2	-	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів



## Продовження таблиці 2.2.1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
<b>Професійна підготовка (ОПП)</b>				
ОПП.01	Економіка підприємства	3	ОЗП 01 Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство) ОЗП 02 Макроекономіка ОПП 22 Навчальна практика	ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 06 Маркетинг
ОПП.02	Економіко-математичні методи та моделі	3	ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОЗП 06 Статистика ОЗП 05 Економічна інформатика ОЗП 09 Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика)	ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 06 Маркетинг
ОПП.03	Економіка праці й соціально-трудові відносини	5	ОЗП 01 Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство) ОЗП 02 Макроекономіка ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 01 Економіка підприємства	ОПП 07 Менеджмент ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 18 Маркетинг послуг
ОПП.04	Бухгалтерський облік та оподаткування	4	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 01 Економіка підприємства	ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОПП 21 Маркетингове ціноутворення ОПП 19 В2В маркетинг
ОПП.05	Фінанси і банківська справа	4	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 01 Економіка підприємства	ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОПП 21 Маркетингове ціноутворення
ОПП.06	Маркетинг	3, 4	ОЗП 02 Макроекономіка ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 14 Паблік рилейшнз та основи копірайтингу	ОПП 19 В2В маркетинг ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 18 Маркетинг послуг ОПП 17 Логістика
ОПП.07	Менеджмент	6	ОПП 03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОПП 06 Маркетинг ОПП 19 В2В маркетинг ОПП 17 Логістика	ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері ОПП 08 Маркетингові дослідження ОЗП 07 Основи наукових досліджень ОПП 15 Загально-розподільчий маркетинг
ОПП.08	Маркетингові дослідження	7	ОПП 07 Менеджмент ОЗП 11 Фізичне виховання та основи здоров'я ОПП 06 Маркетинг	ОПП 16 Маркетингові комунікації ОПП 21 Маркетингове ціноутворення ОПП 23 Виробнича практика ОПП 24 Атестаційний екзамен
ОПП.09	Основи підприємництва	1	ОЗП 08 Правознавство (в т.ч. господарське право)	ОПП 14 Паблік рилейшнз та основи копірайтингу ОПП 22 Навчальна практика ОПП 13 Логістика інфраструктура товарного ринку
ОПП.10	Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	7	ОПП 07 Менеджмент ОПП 17 Логістика ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності	ОПП 24 Атестаційний екзамен ОПП 16 Маркетингові комунікації ОПП 21 Маркетингове ціноутворення ОПП 23 Виробнича практика

Продовження таблиці 2.2.1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОПП.11	Інформаційні системи у професійній діяльності	4	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОЗП 06 Статистика ОЗП 05 Економічна інформатика	ОПП 18 Маркетинг послуг ОПП 19 В2В маркетинг ОПП 17 Логістика ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 16 Маркетингові комунікації ОПП 12 Практика і технологія продажів
ОПП.12	Практика і технологія продажів	6	ОЗП 11 Фізичне виховання та основи здоров'я ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 06 Маркетинг ОПП 19 В2В маркетинг ОПП 17 Логістика	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 15 Заготівельно-розподільчий маркетинг ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері ОПП 21 Маркетингове ціноутворення
ОПП.13	Логістична інфраструктура товарного ринку	2	ОПП 09 Основи підприємництва	ОПП 22 Навчальна практика ОПП 01 Економіка підприємства ОЗП 03 Мікроекономіка
ОПП.14	Паблік рилейшинз та основи копірайтингу	2	ОПП 09 Основи підприємництва	ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 06 Маркетинг
ОПП.15	Заготівельно-розподільчий маркетинг	7	ОПП 06 Маркетинг ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 20 Маркетингова товарна політика	ОПП 23 Виробнича практика ОПП 16 Маркетингові комунікації ОПП 21 Маркетингове ціноутворення ОПП 24 Атестаційний екзамен
ОПП.16	Маркетингові комунікації	8	ОПП 15 Заготівельно-розподільчий маркетинг ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері ОПП 08 Маркетингові дослідження	ОПП 23 Виробнича практика ОПП 24 Атестаційний екзамен
ОПП.17	Логістика	5	ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 06 Маркетинг ОПП 19 В2В маркетинг	ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 07 Менеджмент ОПП 20 Маркетингова товарна політика
ОПП.18	Маркетинг послуг	5, 6	ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 06 Маркетинг ОПП 19 В2В маркетинг	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 15 Заготівельно-розподільчий маркетинг ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері
ОПП.19	В2В маркетинг	5	ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 05 Фінанси і банківська справа	ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 20 Маркетингова товарна політика ОПП 18 Маркетинг послуг
ОПП.20	Маркетингова товарна політика	6	ОПП 19 В2В маркетинг ОПП 17 Логістика ОПП 18 Маркетинг послуг	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 15 Заготівельно-розподільчий маркетинг ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері
ОПП.21	Маркетингове ціноутворення	8	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 15 Заготівельно-розподільчий маркетинг ОПП 20 Маркетингова товарна політика ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	ОПП 23 Виробнича практика ОПП 24 Атестаційний екзамен

Кінець таблиці 2.2.1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Переквізити	Кореквізити
ОПП.22	Навчальна практика	2	ОПП 09 Основи підприємництва ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 06 Маркетинг	ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 06 Маркетинг ОЗП 03 Мікроекономіка
ОПП.23	Виробнича практика	8	ОПП 21 Маркетингове ціноутворення ОПП 16 Маркетингові комунікації ОПП 15 Заготівельно-розподільний маркетинг ОПП 20 Маркетингова товарна політика ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 06 Маркетинг	ОПП 24 Атестаційний екзамен
ОПП.24	Атестаційний екзамен	8	ОПП 21 Маркетингове ціноутворення ОПП 16 Маркетингові комунікації ОПП 15 Заготівельно-розподільний маркетинг ОПП 20 Маркетингова товарна політика ОПП 23 Виробнича практика	-



### III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі складання атестаційного екзамена
<b>Вимоги до кваліфікаційного іспиту</b>	Атестаційний екзамен проходить у формі комп'ютерного тестування в лабораторії інформаційних систем і технологій ХНУ. Для проведення тестування кафедрою формується пул тестових завдань, до складу якого входить не менше як 5 обов'язкових предметів професійної підготовки освітньої програми. Кількість тестових завдань із кожного предмета, що входять до загального пулу має бути не меншою ніж 200. Перелік предметів, що виносяться на атестаційний екзамен та тестові завдання по них розглядаються та затверджуються на засіданні кафедри. Тестові завдання, які формують програму атестаційного екзамена, повинні відображати як теоретичну, так і практичну складові предметів, належати до різних типів та можуть, за необхідності, переглядатися та змінюватися за рішенням кафедри.

### IV. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) в університеті відповідає вимогам Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 чинного Закону України «Про вищу освіту» (зі змінами). Система внутрішнього забезпечення якості функціонує в університеті на п'яти організаційних рівнях відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у Хмельницькому національному університеті, що розміщене в рубриці «Публічна інформація» (Режим доступу : <http://khnu.km.ua/root/files/01/06/03/024.pdf>).

Система внутрішнього забезпечення якості 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 університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною Освітньою програмою;
- 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 і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.







## Використані джерела

1. Закон України “Про освіту” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон “Про вищу освіту”(зі змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
3. Національний глосарій 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy\\_Visha\\_osvita\\_2014\\_tempus-office.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf).
4. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. – К. : Видавництво “Соціформ”, 2010.
5. Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>.
6. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. Постанова КМУ від 29.04.2015 № 266 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>.
7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». Документ № 1187-2015-п. Редакція від 20.06.2021р. Підстава – 365-2021-п. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-p#Text>.
8. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>.
9. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya/osv\\_program\\_2014\\_tempus-office.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya/osv_program_2014_tempus-office.pdf).
10. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343.
11. Таланова Ж.В. Підходи до розроблення галузевих рамок кваліфікацій в Європейському просторі вищої освіти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://212.111.196.8:8081/dlc/24\\_25102013/talanova.pdf](http://212.111.196.8:8081/dlc/24_25102013/talanova.pdf).
12. Довідник користувача ЄКТС 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tnpu.edu.ua/include/.pdf>.
13. Зміст освіти у вищих навчальних закладах [Електронний ресурс]: [http://pidruchniki.com/18421120/pedagogika/zmist\\_osviti\\_vischih\\_navchalnih\\_zakladah](http://pidruchniki.com/18421120/pedagogika/zmist_osviti_vischih_navchalnih_zakladah).
14. Гризун Л. Е. Формування змісту вищої професійної освіти за умов сучасних освітніх тенденцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com/search?qutf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>.
15. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 30.04.2020 № 584).
16. Рашкевич Ю.М. Методичні рекомендації щодо опису освітньої програми в контексті нових стандартів вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Yvg5QleJNUU>.
17. Наказ МОНУ від 11.07.2019 № 977 «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».
18. Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз’яснень стосовно освітніх програм».
19. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».