

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від _____ № _____

Голова Вченої ради
_____ Микола СКИБА
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

МАРКЕТИНГ

Назва освітньої програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>перший (бакалаврський)</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>D Бізнес, адміністрування та право</u> Шифр і найменування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ (предметна спеціальність/ спеціалізація – за наявності)	<u>D5 Маркетинг</u> Код і найменування
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>Бакалавр маркетингу</u> Назва

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ХНУ (Перша редакція)
протокол від _____ № _____

ЗМІНИ ВНЕСЕНО:

Рішення Вченої ради ХНУ
протокол від _____ № _____

Рішення Вченої ради ХНУ
протокол від 01 вересня 2023 р. № _____

**Освітня програма зі змінами
вводиться у дію**

з 01 вересня 2025 р.

Наказ від _____ 2025 р. № _____

Ректор _____ Сергій МАТЮХ
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ВНЕСЕНО

Кафедра маркетингу

Протокол від _____ 2025 р. № _____

Зав. кафедри _____ Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

РОБОЧА ГРУПА

Гарант (Керівник робочої групи)

_____ Зінаїда АНДРУШКЕВИЧ, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

andrushkevychzi@khnmu.edu.ua
Е-mail гаранта

Члени робочої групи:

_____ Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

_____ Віталій КАРПЕНКО, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

_____ Валентина БОБРОВНИК, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

_____ Світлана РЕШМІДЦІЛОВА, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

ПОГОДЖЕНО:

Вчена рада факультету економіки і управління	Навчально-методичний відділ
Протокол від _____ 2025 р. № _____	Завідувач _____ <u>Ірина АНДРОЩУК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ
Голова вченої ради _____ <u>Віталій КАРПЕНКО</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ	Відділ ліцензування, акредитації, моніторингу освітнього процесу та видачі документів про вищу освіту
	Завідувач _____ <u>Ігор АНДРОЩУК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ
	Відділ забезпечення якості вищої освіти
	Завідувач _____ <u>Ганна КРАСИЛЬНИКОВА</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Представник _____
Назва підприємства (організації, установи)
_____ Підпис _____ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Представник _____
Назва підприємства (організації, установи)
_____ Підпис _____ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Представник _____
Назва підприємства (організації, установи)
_____ Підпис _____ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Представник _____
Назва підприємства (організації, установи)
_____ Підпис _____ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Голова студентської ради факультету економіки і управління
Назва
_____ Підпис Марія СУРНИК _____
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Опис освітньої програми Маркетинг
(Назва освітньої програми)

зі спеціальності **D5 Маркетинг**
Код і найменування спеціальності

1 Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький національний університет Факультет економіки і управління Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Форми здобуття освіти	Очна (денна); заочна
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не присвоюється
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Галузь знань – Бізнес, адміністрування та право Спеціальність – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Тип диплому – одиничний Обсяг освітньо-професійної програми – 240 кредитів ЄКТС Термін навчання – 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, Україна, 2018, термін дії сертифікату (Серія УД, №23006432, 09.07.2018) – до 1 липня 2028 року
Цикл/рівень рамки кваліфікацій	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
Гарант освітньої програми (контактна інформація)	Андрушкевич Зінаїда Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент. e-mail: andrushkevychzi@khnmu.edu.ua
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою	Наявність повної загальної середньої освіти. Решта вимог визначаються правилами прийому ХНУ на ОФП
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступного оновлення, відповідно до Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ
Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми	https://khnmu.edu.ua/op/

2 Мета освітньої програми	
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	
3 Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	<p>Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право.</p> <p>Спеціальність: D5 Маркетинг.</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Орієнтація освітньої програми	Спеціальна освіта в галузі Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг, що передбачає формування фахових компетентностей та враховує специфіку роботи підприємств в сучасних умовах господарювання
Особливості освітньої програми	Підготовка висококваліфікованих фахівців, які здатні успішно конкурувати у галузі маркетингу підприємств різних сфер діяльності та форм власності на основі інноваційних підходів і сучасних цифрових та комунікаційних технологій, а також із залученням стейкхолдерів
4 Можливості працевлаштування та подальшого навчання випускників	
Можливості працевлаштування	<p>Випускник освітнього рівня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу за Національним класифікатором професій ДК 003:2010 (зі змінами та доповненнями) займати посади за категоріями:</p> <p>3415: технічні та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний);</p> <p>3416: закупники;</p> <p>3429: агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами));</p> <p>3439: інші технічні фахівці в галузі управління (фахівець з інтерв'ювання)</p>

Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване викладання, проблемно-орієнтоване навчання. Лекції. Практикуми та практичні заняття в групі. Заняття з розв'язання проблем. Семінарські заняття. Лабораторні заняття. Курсові роботи. Практики. Онлайн/електронне навчання. Самостійна робота. За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі тощо). За організаційними формами: колективного та інтегративного навчання (кейсів, рольових (ділових) ігор, дебатів, ситуаційних завдань тощо). За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці
Оцінювання	Види контролю: поточний і підсумковий (семестровий, підсумкова атестація). Форми і методи поточного оцінювання: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист лабораторних та індивідуальних робіт, виконання практичних завдань, доповіді на семінарських заняттях, есе, іспити, захисти практик, захисти курсових робіт. Форми семестрового контролю (залік, диференційований залік, іспит). Підсумкова атестація – атестаційний екзамен. Оцінювання навчальних досягнень під час поточного контролю здійснюється за інституційною чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»)). Для оцінювання результатів семестрового контролю використовується інституційна чотирибальна і вербальна («зараховано», «незараховано») шкала.
6 Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК01. 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. ЗК02. 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. ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

	<p>ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК)	<p>ФК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності</p>
Унікальні компетентності, визначені освітньою програмою (за наявності) (УК)	-
7 Програмні результати навчання (ПРН)	
ПРН01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	

- ПРН02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН04. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН05. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН06. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН07. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН08. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН09. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- ПРН15. 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.
- ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності

Програмні результати навчання, визначені освітньою програмою (за наявності) (ПРН)

-

8 Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення реалізації освітньої програми відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення підготовки здобувачів вищої освіти відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).

<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Інформаційне забезпечення становить:</p> <ul style="list-style-type: none"> – наявність вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань відповідного або спорідненого спеціальності профілю; – доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю; – офіційний веб-сайт університету, на якому розміщена основна інформація про ліцензії та сертифікати про акредитацію освітньої програми, діяльність, зразки документів про освіту, умови для доступності осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення до приміщень, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація; – модульне середовище для навчання; – електронна бібліотека університету <p>Навчально-методичне забезпечення становить:</p> <ul style="list-style-type: none"> – затверджена в установленому порядку освітньо-професійна програма, навчальні плани, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти; – робочі програми з усіх навчальних дисциплін, що містять: програму навчальної дисципліни, заплановані результати навчання, порядок оцінювання результатів навчання, рекомендовану літературу (основну, додаткову), інформаційні ресурси в Інтернеті; – програм з усіх видів практичної підготовки та підсумкової атестації; – методичних вказівок до виконання лабораторних та практичних робіт, курсових робіт
<p>9 Академічна мобільність</p>	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>На основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та закладами вищої освіти України: Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»; Дніпровський державний аграрно-економічний університет; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця; Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова; Рівненський державний гуманітарний університет; Черкаський державний технологічний університет; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; Луцький національний технічний університет; Полтавський університет економіки і торгівлі; Полтавський державний аграрний університет. Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>Можливість участі та стажування у науково-дослідних проектах та програмах академічної мобільності за кордоном на основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та іноземними закладами вищої освіти: Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości w Walbrzychu; ACADEMI OF SILESIA, Katowice, Poland; AKG Global Support Services (OPS) Private Limited, India; Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu, Poland. Наданий перелік пропозицій міжнародної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється</p>
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Можливе у відповідності до норм чинного законодавства на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою</p>

II Перелік компонентів освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонентів освітньої програми

Код КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Політична економія та громадянське суспільство	4	іспит	1
ОЗП.02	Макро- та мікроекономіка	4	іспит	2
ОЗП.03	Університетська освіта та академічна добросесність	4	залік	1
ОЗП.04	Вища та прикладна математика	5	іспит	1
ОЗП.05	Економічна інформатика	5	іспит	1
ОЗП.06	Статистика	4	іспит	2
ОЗП.07	Базова загальна військова підготовка	3	залік	3
ОЗП.08	Правознавство	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
ОЗП.12	Культура українського мовлення та професійного спілкування	4	залік	1
Фахова підготовка (ОФП)				
ОФП.01	Економіка підприємства	5	іспит	3
ОФП.02	Економіко-математичні методи та моделі	5	іспит	3
ОФП.03	Економіка праці й соціально-трудоі відносини	5	іспит	5
ОФП.04	Облік бізнес-процесів	5	іспит	4
ОФП.05	Фінанси і банківська справа	5	іспит	6
ОФП.06	Маркетинг	10	залік, іспит	3, 4
ОФП.07	Менеджмент	5	іспит	8
ОФП.08	Маркетингові дослідження	5	іспит, курсова робота	5
ОФП.09	Цифровий маркетинг	5	іспит	4
ОФП.10	Міжнародний маркетинг	5	іспит	7
ОФП.11	Інформаційні технології в бізнесі	5	іспит	2

ОФП.12	Поведінка споживача	6	іспит	6
ОФП.13	Соціально-економічні основи формування якості	5	іспит	5
ОФП.14	Паблік рилейшинз та основи копірайтингу	5	залік	2
ОФП.15	Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень	5	іспит	7
ОФП.16	Маркетингові комунікації	5	іспит	8
ОФП.17	Маркетингова логістика	5	іспит	8
ОФП.18	Маркетинг послуг	9	залік, іспит	5, 6
ОФП.19	B2B маркетинг	6	іспит	7
ОФП.20	Маркетингова товарна політика	5	іспит	6
ОФП.21	Маркетингове ціноутворення	6	іспит	7
ОФП.22	Комплексна курсова робота з маркетингу	3	курс робота	8
ОФП.23	Навчальна практика (комп'ютерна)	3	залік	2
ОФП.24	Виробнича SMM практика	3	залік	4
ОФП.25	Виробнича практика (економічна)	4	залік	8
	Атестаційний екзамен		іспит	8
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
	Вибіркові дисципліни 3 семестру*	12	залік**	3
	Вибіркові дисципліни 4 семестру*	12	залік**	4
	Вибіркові дисципліни 5 семестру*	12	залік**	5
	Вибіркові дисципліни 6 семестру*	8	залік**	6
	Вибіркові дисципліни 7 семестру*	8	залік**	7
	Вибіркові дисципліни 8 семестру*	8	залік**	8
Загальний обсяг вибірових компонентів		60		
Загальний обсяг Освітньої програми		240		

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

** – кількість заліків залежить від вибору студентами дисциплін вільного вибору

2.2 Логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми

Таблиця структурно-логічних зв'язків компонентів освітньої програми

Код КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Семестр*	Пререквізити	Кореквізити
ОЗП.01	Політична економія та громадянське суспільство	1	–	ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОЗП.09 Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика) ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.05 Фінанси і банківська справа
ОЗП.02	Макро- та мікроекономіка	2	ОЗП.01 Політична економія та громадянське суспільство ОЗП.04 Вища та прикладна математика ОЗП.12 Культура українського мовлення та професійного спілкування	ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.05 Фінанси і банківська справа ОФП.06 Маркетинг
ОЗП.03	Університетська освіта та академічна доброчесність	1	-	ОФП.06 Маркетинг ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу
ОЗП.04	Вища та прикладна математика	1	-	ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОЗП.06 Статистика ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.02 Економіко-математичні методи та моделі ОФП.21 Маркетингове ціноутворення
ОЗП.05	Економічна інформатика	1	–	ОЗП.06 Статистика ОФП.02 Економіко-математичні методи та моделі ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.09 Цифровий маркетинг ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі
ОЗП.06	Статистика	2	ОЗП.04 Вища та прикладна математика ОЗП.05 Економічна інформатика ОЗП.12 Культура українського мовлення та професійного спілкування	ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.02 Економіко-математичні методи та моделі ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі
ОЗП.07	Базова загальна військова підготовка	3	ОЗП.11 Фізичне виховання та основи здоров'я	ОФП.08 Менеджмент ОФП.15 Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень ОФП.17 Маркетингова логістика
ОЗП.08	Правознавство	1	–	ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОФП.04 Облік бізнес-процесів
ОЗП.09	Філософія (в т.ч. логіка,	2	ОЗП.01 Політична економія та	ОФП.06 Маркетинг

	етика, естетика)		громадянське суспільство ОЗП.12 Культура українського мовлення та професійного спілкування	
ОЗП.10	Іноземна мова	1, 2	–	ОФП.09 Цифровий маркетинг ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі
ОЗП.11	Фізичне виховання та основи здоров'я	1, 2	–	ОЗП.07 Базова загальна військова підготовка ОФП.12 Поведінка споживача
ОЗП.12	Культура українського мовлення та професійного спілкування	4	-	ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОЗП.06 Статистика ОЗП.09 Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика) ОФП.06 Маркетинг ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу
ОФП.01	Економіка підприємства	5	ОЗП.01 Політична економія та громадянське суспільство ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОЗП.04 Вища та прикладна математика ОЗП.06 Статистика ОЗП.06 Правознавство	ОФП.03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.05 Фінанси і банківська справа ОФП.06 Маркетинг ОФП.07 Менеджмент ОФП.13 Соціально-економічні основи формування якості ОФП.21 Маркетингове ціноутворення
ОФП.02	Економіко-математичні методи та моделі	5	ОЗП.04 Вища та прикладна математика ОЗП.05 Економічна інформатика ОЗП.06 Статистика	ОФП.09 Цифровий маркетинг ОФП.15 Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень
ОФП.03	Економіка праці й соціально-трудові відносини	5	ОЗП.08 Правознавство ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.04 Облік бізнес-процесів	ОФП.05 Фінанси і банківська справа ОФП.07 Менеджмент ОФП.18 Маркетинг послуг
ОФП.04	Облік бізнес-процесів	5	ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОЗП.05 Економічна інформатика ОЗП.06 Статистика ОЗП.06 Правознавство ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі	ОФП.03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОФП.07 Менеджмент ОФП.21 Маркетингове ціноутворення
ОФП.05	Фінанси і банківська справа	5	ОЗП.01 Політична економія та громадянське суспільство ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.03 Економіка праці й соціально-трудові відносини	ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.21 Маркетингове ціноутворення
ОФП.06	Маркетинг	10	ОЗП.02 Макро- та мікроекономіка ОЗП.03 Університетська освіта та академічна доброчесність ОЗП.12 Культура українського мовлення та професійного спілкування	ОФП.07 Менеджмент ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.09 Цифровий маркетинг ОФП.10 Міжнародний маркетинг ОФП.12 Поведінка споживача ОФП.16 Маркетингові

			ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.14 Паблік рилейшинз та основи копірайтингу	комунікації ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.19 В2В маркетинг ОФП.20 Маркетингова товарна політика ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна) Атестаційний екзамен
ОФП.07	Менеджмент	5	ОЗП.07 Базова загальна військова підготовка ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.03 Економіка праці й соціально-трудова відносини ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.06 Маркетинг ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.19 В2В маркетинг	ОФП.25 Виробнича практика (економічна) ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу
ОФП.08	Маркетингові дослідження	5	ОЗП.06 Статистика ОФП.06 Маркетинг ОФП.09 Цифровий маркетинг	ОФП.12 Поведінка споживача ОФП.13 Соціально-економічні основи формування якості ОФП.16 Маркетингові комунікації ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.19 В2В маркетинг ОФП.20 Маркетингова товарна політика ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна) Атестаційний екзамен
ОФП.09	Цифровий маркетинг	5	ОЗП.05 Економічна інформатика ОЗП.10 Іноземна мова ОФП.02 Економіко-математичні методи та моделі ОФП.06 Маркетинг ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі ОФП.23 Начальна практика (комп'ютерна)	ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.12 Поведінка споживача ОФП.24 Навчальна SMM практика ОФП.25 Виробнича практика (економічна)
ОФП.10	Міжнародний маркетинг	5	ОЗП.10 Іноземна мова ОФП.06 Маркетинг ОФП.12 Поведінка споживача ОФП.13 Соціально-економічні основи формування якості ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.20 Маркетингова товарна політика	ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.25 Виробнича практика (економічна)
ОФП.11	Інформаційні технології в бізнесі	5	ОЗП.05 Економічна інформатика ОЗП.06 Статистика	ОФП.09 Цифровий маркетинг ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.19 В2В маркетинг
ОФП.12	Поведінка споживача	6	ОЗП.11 Фізичне виховання та	ОФП.10 Міжнародний маркетинг

			основи здоров'я ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.06 Маркетинг ОФП.09 Цифровий маркетинг	ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.19 В2В маркетинг ОФП.25 Виробнича практика (економічна)
ОФП.13	Соціально-економічні основи формування якості	5	ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.08 Маркетингові дослідження	ОФП.10 Міжнародний маркетинг ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.20 Маркетингова товарна політика ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна)
ОФП.14	Паблік рилейшинз та основи копірайтингу	5		ОФП.06 Маркетинг ОФП.16 Маркетингові комунікації
ОФП.15	Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень	5	ОЗП.07 Базова загальна військова підготовка ОФП.02 Економіко-математичні методи та ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.20 Маркетингова товарна політика	ОФП.25 Виробнича практика (економічна) ОФП.21 Маркетингове ціноутворення
ОФП.16	Маркетингові комунікації	5	ОФП.06 Маркетинг ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.14 Паблік рилейшинз та основи копірайтингу	ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна) Атестаційний екзамен
ОФП.17	Маркетингова логістика	5	ОЗП.07 Базова загальна військова підготовка ОФП.06 Маркетинг ОФП.10 Міжнародний маркетинг ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.21 Маркетингове ціноутворення	ОФП.07 Менеджмент ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика
ОФП.18	Маркетинг послуг	9	ОФП.03 Економіка праці й соціально-трудові відносини ОФП.05 Фінанси і банківська справа ОФП.06 Маркетинг ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.12 Поведінка споживача ОФП.13 Соціально-економічні основи формування якості ОФП.15 Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень	ОФП.10 Міжнародний маркетинг ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна)
ОФП.19	В2В маркетинг	6	ОФП.11 Інформаційні технології в бізнесі ОФП.06 Маркетинг ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.12 Поведінка споживача ОФП.20 Маркетингова товарна політика	ОФП.07 Менеджмент ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна)
ОФП.20	Маркетингова товарна політика	5	ОФП.06 Маркетинг ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.13 Соціально-економічні основи формування якості ОФП.15 Оцінювання ризиків	ОФП.10 Міжнародний маркетинг ОФП.19 В2В маркетинг ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика

			при прийнятті управлінських рішень	(економічна) Атестаційний екзамен
ОФП.21	Маркетингове ціноутворення	6	ОЗП.04 Вища та прикладна математика ОФП.01 Економіка підприємства ОФП.04 Облік бізнес-процесів ОФП.05 Фінанси і банківська справа ОФП.06 Маркетинг ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.10 Міжнародний маркетинг ОФП.15 Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.19 B2B маркетинг ОФП.20 Маркетингова товарна політика	ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу ОФП.25 Виробнича практика (економічна) Атестаційний екзамен
ОФП.22	Комплексна курсова робота з маркетингу	3	ОЗП.03 Університетська освіта та академічна доброчесність ОЗП.12 Культура українського мовлення та професійного спілкування ОФП.06 Маркетинг ОФП.07 Менеджмент ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.13 Соціально-економічні основи формування якості ОФП.16 Маркетингові комунікації ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.18 Маркетинг послуг ОФП.19 B2B маркетинг ОФП.20 Маркетингова товарна політика ОФП.21 Маркетингове ціноутворення ОФП.25 Виробнича практика (економічна)	
ОФП.23	Навчальна практика (комп'ютерна)	3		ОФП.06 Маркетинг
ОФП.24	Виробнича SMM практика	3		ОФП.08 Маркетингові дослідження
ОФП.25	Виробнича практика (економічна)	4		ОФП.22 Комплексна курсова робота з маркетингу Атестаційний екзамен
	Атестаційний екзамен		ОФП.06 Маркетинг ОФП.08 Маркетингові дослідження ОФП.16 Маркетингові комунікації ОФП.17 Маркетингова логістика ОФП.20 Маркетингова товарна політика ОФП.21 Маркетингове ціноутворення	—

Примітка: * Перелік компонентів освітньої програми подається у логічній послідовності їх вивчення у семестрах.

III Форми атестації здобувачів вищої освіти

Подається інформація про форми підсумкової атестації, що повинна повністю відповідати Стандарту вищої освіти (VI розділ. Форми атестації здобувачів вищої освіти).

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену.
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	-
Вимоги до атестаційного іспиту/екзамену (за наявності)	Атестаційний екзамен за спеціальністю перевіряє досягнення результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти та освітньою програмою

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 (вебсайт Університету (<https://khnmu.edu.ua/>): розділ «Нормативні документи», рубрика – «Положення», сторінка – «Положення про організацію освітньої діяльності»).

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.

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

	ОЗП01	ОЗП02	ОЗП03	ОЗП04	ОЗП05	ОЗП06	ОЗП07	ОЗП08	ОЗП09	ОЗП10	ОЗП11	ОЗП12	ОПП01	ОПП02	ОПП03	ОПП04	ОПП05	ОПП06	ОПП07	ОПП08	ОПП09	ОПП10	ОПП11	ОПП12	ОПП13	ОПП14	ОПП15	ОПП16	ОПП17	ОПП18	ОПП19	ОПП20	ОПП21	ОПП22	ОПП23	ОПП24	ОПП25			
ПРН01	+	+	+												+			+		+			+					+	+	+		+	+	+	+	+	+			
ПРН02	+	+												+	+			+					+							+	+	+	+				+	+		
ПРН03				+	+	+		+		+			+		+			+		+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		
ПРН04						+							+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	+		+			+	+	+	+				+	+		
ПРН05		+																					+		+					+					+	+	+	+		
ПРН06																+		+					+				+			+	+	+	+	+				+	+	
ПРН07					+	+										+		+		+	+		+	+				+					+	+	+	+	+	+	+	
ПРН08															+						+											+		+				+	+	
ПРН09														+								+					+						+	+				+	+	
ПРН10										+			+			+									+	+					+	+	+	+	+			+	+	
ПРН11	+	+		+	+			+		+					+	+	+	+				+	+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН12		+	+	+	+			+		+					+		+	+	+	+		+						+		+			+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН13		+											+			+	+													+				+	+		+	+	+	+
ПРН14																			+	+									+			+	+	+					+	+
ПРН15	+						+	+	+		+											+		+	+	+														
ПРН16									+	+								+	+	+	+		+		+			+			+		+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН17									+	+		+										+				+										+	+	+	+	+
ПРН18	+		+		+		+					+											+		+		+				+				+	+	+	+	+	+

VII Процедура присвоєння професійної кваліфікації

Не присвоюється.

Використані джерела

1 Закон України “Про освіту” (зі змінами) [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

2 Закон “Про вищу освіту” (у редакції від 16.08.2024 р.) [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

3 Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>

4 Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343. [Електронний ресурс]. – URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>.

5 Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2016 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 03.04.2024 № 441).

6 Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз’яснень стосовно освітніх програм».

7 Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).

8 Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».

9 Методичні рекомендації зі складання Концепції освітньої діяльності на заявленому рівні вищої освіти або за освітньою програмою ХНУ. [Електронний ресурс]. – URL: <https://msn.khmnu.edu.ua/course/index.php?categoryid=98>.