

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ**

**Зміни до
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
Маркетинг
зі змінами**

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗМІНИ ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

Голова вченої ради

Олександр БЕЗЛЮДНИЙ

(протокол № 22 від «22» 04 2025 р.)

Ректор

Олександр БЕЗЛЮДНИЙ

(наказ № 23 від «02» 05 2025 р.)

Умань, 2025 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Бакалавр
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	Бакалавр маркетингу

Освітньо-професійну програму схвалено на засіданні
кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
УДПУ імені Павла Тичини

(протокол № 9 від «20» лютого 2025 р)

Завідувач кафедри

Світлана ПОДЗІГУН

Освітньо-професійну програму схвалено вченою
Радою інституту Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти
УДПУ імені Павла Тичини

(протокол № 11 від «26» березня 2025 р)

Голова засідання вченої ради

Наталія ПАЧЕВА

Освітньо-професійну програму погоджено
навчально-методичним відділом

УДПУ імені Павла Тичини

Начальник відділу

Ірина ДЕНИСЮК

Освітньо-професійну програму погоджено
відділом якості освіти, ліцензування та акредитації
УДПУ імені Павла Тичини

Координатор з питань акредитації,
ліцензування та якості освіти

Наталія ЛЕВЧЕНКО

Освітньо-професійну програму погоджено

Навчально-методичною радою

УДПУ імені Павла Тичини

(протокол № 6 від «25» квітня 2025 р.)

Голова ради

Валентина РОЗГОН

Внесено в перелік дисциплін вільного вибору ВК. 01 Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки (зазначена вибіркова дисципліна має бути включена до індивідуальних навчальних планів тих здобувачів вищої освіти денної та дуальної форми здобуття освіти, для яких вона є обов'язково)

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини відповідно до затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Гарматюк Олена Валентинівна, доктор філософії, старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Члени робочої групи:

1. **Білошкурська Наталія Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

2. **Корнієнко Тетяна Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

3. **Ренський Сергій Олександрович**, директор ПрАТ «Технолог».

4. **Беліков Антон Миколайович**, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Ця освітня програма (освітньо-професійна програма) не може бути повністю чи частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Домашук Б. Б., директор ПАТ «Монфарм»;
2. Безпалько М. М., директор ДП Уманський Лікero-горілчаний завод;
3. Грановський Г. С., директор ПрАТ «Агрошляхбуд»;
4. Кадирус І. Г., канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри маркетингу Дніпровський державний аграрно-економічний університет.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

I. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти, кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Educational and Research Institute of Economics and Business Education, Marketing, Management and Business Administration Department
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: бакалавр Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу Degree: Bachelor Educational qualifications: Bachelor of Marketing
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Educational-Professional Programme: “Marketing”
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Сертифікат НД № 2489198 Відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 20.12.2016 р. протокол № 123 (наказом МОН України від 26.12.2016 р. № 1613) в галузі знань (спеціальності) 07 Управління та адміністрування, 075 Маркетинг визнано акредитованим за рівнем бакалавр (на підставі наказу МОН України від 19.12.2016 р. № 1565) Термін дії сертифіката до 1 липня 2026 р.
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень: НРК України - 6 рівень, FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти. Наявність освітнього ступеня «Молодший бакалавр» (ОКР «Молодший спеціаліст») Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на здобуття ОС «Бакалавр».
Мова(и) викладання	Українська мова.
Термін дії освітньої програми	До 30.06.2028 р.
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://econom.udpu.org.ua/osvitnya-programa
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють глибокими знаннями та професійними компетенціями щодо забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємства.	

3 – Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування. Management and administration 075 Маркетинг. Marketing <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права	Можливість навчатися на наступному рівні вищої освіти.
Орієнтація освітньої програми	Програма професійна прикладна; структура програми передбачає динамічне та інтегративне навчання. Програма пропонує комплексний підхід до управління сучасним підприємством, та реалізує це через навчання та практичну підготовку. Дисципліни які включені в цю програму представляють перспективи, засновані на теорії, яка тісно пов'язана з практичним застосуванням у бізнесі та підприємництві. Ця програма дозволяє студентам набути необхідні навички та досвід маркетингового управління, ціноутворення, логістичного обслуговування, просування та збуту товарів і послуг в умовах ринкової економіки.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма «Маркетинг». Акцент робиться на формування та розвиток професійної компетентності для здійснення дослідницької та інноваційної діяльності у галузі маркетингу з урахуванням сучасних вимог економіки, політики, світових тенденцій та загальноєвропейських цінностей.
Особливості програми	Програма розвиває перспективи професійної підготовки фахівців в маркетингу з урахуванням специфічних особливостей функціонування сучасних підприємств та ринкової кон'юнктури; підвищує рівень управління та розвитку сучасного маркетингу; виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом». Програма викладається українською мовою.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	

Придатність до працевлаштування	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в редакції від 29.12.2022. р., а саме: 3415: технічні та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний); 3416: закупники; 3419: інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі (інспектор торговельний, інспектор-товарознавець, організатор з постачання, організатор із збуту, товарознавець) 3429: агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами). 3436.1: помічники керівників підприємств, установ та організацій.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Підхід до викладання та навчання передбачає: упровадження принципів студентоцентричного навчання з метою врахування освітніх цінностей та потреб суб'єкта навчальної діяльності; організацію навчальної діяльності на засадах особистісно-орієнтованого навчання; упровадження інтерактивних методів навчання з метою формування професійних навичок, що забезпечують розвиток критичного мислення у студентів; тісну співпрацю студентів з викладачами та науковцями, задіяними у сфері освіти; підтримку та консультування студентів з боку галузевих науково-дослідних інститутів; залучення до консультування студентів визнаних педагогів-практиків; інформаційну підтримку щодо участі студентів у конкурсах на одержання іменних стипендій, премій, грантів (у тому числі міжнародних); сприяння участі студентів у студентських наукових олімпіадах, конкурсах.
Оцінювання	Формами контролю навчальних досягнень здобувачів вищої освітньої програми є поточний, модульний, рубіжний (міжсесійна атестація), підсумковий і діагностичний. Вимоги до організації поточного та підсумкового контролю якості знань здобувачів вищої освіти регламентує Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (нова редакція) (затверджено рішенням Вченої ради УДПУ імені Павла Тичини від 25.10.2022 року, протокол № 4) та Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (затверджено рішенням Вченої ради УДПУ імені Павла Тичини від 23.11.2021 року, протокол №6). Поточний контроль проводять з метою визначення рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти на різних етапах опанування навчальної дисципліни, забезпечення зворотного зв'язку між викладачем і здобувачем у процесі навчання,

	управління навчальною мотивацією здобувача та здійснення коригуючих дій щодо подальшої організації освітнього процесу задля забезпечення досягнення поставлених освітніх цілей. Модульний контроль проводять з метою виявлення знань, умінь та навичок здобувачів, набутих у результаті опанування певної частини навчального матеріалу, що складає завершений навчальний модуль, та порівняння виявлених знань, умінь, навичок і набутих компетентностей з тим, що передбачалося робочою навчальною програмою дисципліни. Рубіжний контроль (міжсесійна атестація) має на меті визначення рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти після завершення вивчення ними окремих розділів, тем навчальних дисциплін тощо, його проводять, зазвичай, в середині семестру Підсумковий контроль проводять з метою визначення результатів навчальних досягнень здобувача вищої освіти на певному освітньому рівні або на окремих його завершених етапах. Підсумковий контроль включає семестровий контроль результатів навчання та атестацію здобувачів вищої освіти. Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.
6 – Компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні завдання і практичні проблеми у галузі маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій та характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.
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 недоброчестності
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. ФК15. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.
7 – Нормативний зміст підготовки, сформульований у термінах результатів навчання	
РН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. РН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	

- РН 3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- РН 4.** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- РН 5.** Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- РН 6.** Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- РН 7.** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- РН 8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- РН 9.** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- РН 10.** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- РН 11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- РН 12.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- РН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- РН 14.** Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- РН 15.** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- РН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- РН 17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- РН 18.** Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
- РН 19.** Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Гарант освітньо-професійної програми: Гарматюк О. В., старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, доктор філософії. Розробники програми: Білошкурська Н. В., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, канд. екон. наук, доцент; Корнієнко Т. О., доцент маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, канд. екон. наук, доцент. Фахову підготовку здійснює кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, науково-педагогічний склад якої складається з докторів економічних наук, професорів, кандидатів економічних наук, доцентів. Для викладання фахових дисциплін залучаються фахівці, що мають значний досвід практичної роботи. З метою підвищення фахового рівня всі науково-
-----------------------------	--

	педагогічні працівники не менше, як один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації та/або стажування, в т. ч. закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	– 5 навчальних корпусів; – 2 гуртожитки; – 2 спеціалізовані лабораторії; – 2 комп'ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет (90%); – мультимедійне обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально – методичне забезпечення	Щорічно оновлену інформацію про організацію освітньої діяльності для підготовки здобувачів вищої освіти розміщують на сайті Університету https://udpu.edu.ua у рубриці «Навчання». Освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти опубліковують і розміщують на веб-сайті Університету в рубриці «Навчання. Освітні програми» https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy. На сайті університету також висвітлюють: академічний календар (оновлений на кожний навчальний рік); графік освітнього процесу (оновлений на кожний навчальний рік); нормативні документи (положення), які регламентують організацію освітнього процесу в Університеті. Підтримку навчальної діяльності та управління освітнім процесом в інформаційному середовищі Університету забезпечують сайти: – інформаційно-освітнє середовище https://dls.udpu.edu.ua яке містить електронні навчальні курси (ЕНК) для здобувачів вищої освіти. Кожна навчальна дисципліна має електронну підтримку у вигляді електронного курсу з теоретичним матеріалом, ресурсами для виконання лабораторних та практичних робіт, самостійної роботи, поточного, модульного і підсумкового контролів; – електронний архів навчальних, наукових та навчально-методичних матеріалів https://library.udpu.edu.ua, до яких увійшли оцифровані підручники, посібники, навчально-методичні матеріали, електронні копії наукових статей працівників університету; матеріали конференцій, які проводилися в університеті, автореферати дисертацій, захищених в Університеті, методичні матеріали на підтримку навчального процесу, патенти. Відкрито доступ наукометричних баз даних Web of Science та SCOPUS видавництва Elsevier, контент-платформи Wiley Online Library та платформи ScienceDirect що надають користувачам можливість отримати результати тематичного пошуку, відслідкувати свій рейтинг. Бібліотечний фонд університету багатогалузевий, нараховує 425409 примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, зокрема рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів, авторефератів дисертацій, дисертацій. Електронний каталог містить 137466 бібліографічних записів. Бібліотека щороку здійснює переплату 202 назв методичних,

	наукових, фахових періодичних видань. В структурі бібліотеки наявні 6 читальних залів на 45 посадкових місць. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт Університету: https://library.udpu.edu.ua.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачає їхню участь в освітньому процесі Університету та партнерських закладів освіти, проходження навчальної або виробничої практики, проведення наукових досліджень із можливістю перезарахування в установленому порядку опанованих навчальних дисциплін, практик тощо. Основні цілі і завдання, організаційне забезпечення академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті, порядок визнання та перезарахування результатів їхнього навчання, права та обов'язки осіб, які беруть участь у програмах академічної мобільності, порядок звітності та оформлення документів за результатами їхнього навчання регламентує «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини».
Міжнародна кредитна мобільність	Право здобувачів вищої освіти на академічну мобільність реалізовується на підставі міжнародних програм і проєктів, договорів про співробітництво в галузі освіти і науки між Університетом та закладами-партнерами або з власної ініціативи здобувача, підтримуваної адміністрацією Університету, на основі індивідуальних запрошень. Формами академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті є навчання за програмами академічної мобільності, мовне або наукове стажування, проходження навчальної та виробничої практик. Навчання учасників освітнього процесу за програмами академічної мобільності може передбачати отримання випускниками документа про вищу освіту закладу-партнера, а також спільних або подвійних документів про вищу освіту закладів-партнерів. <i>Реалізуються програми академічного співробітництва:</i> Угода про співробітництво 19.06.2017 р. (безстрокова), Природничо-гуманітарний університет у Седльце, Польща Угода про співробітництво 19.07.2012 р. (безстрокова), Корпус миру Сполучених Штатів Америки в Україні Договір про співробітництво у сфері освіти і науки 06.04.2021 р. (безстроковий) Таджикиський аграрний університет імені Шіріншо Шотемур, м. Душанбе, Таджикистан Угода про співробітництво 15.12.2018 р. (безстрокова) Ургенцький державний університет, м. Ургенч, Узбекистан.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Передбачена можливість навчання іноземних студентів.

II. Перелік освітніх компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, атестація)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОК			
ОК 01	Українська мова за професійним спрямуванням	4	екзамен
ОК 02	Історія та культура України	4	екзамен
ОК 03	Іноземна мова	8	екзамен
ОК 04	Економічна соціологія	4	залік
ОК 05	Основи наукових досліджень	4	залік
ОК 06	Політекономія	4	екзамен
ОК 07	Комунікативний менеджмент	3	екзамен
ОК 08	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)	4	екзамен
ОК 09	Економічна психологія	3	екзамен
ОК 10	Управління кар'єрою	3	екзамен
ОК 11	Економічна інформатика	6	екзамен
ОК 12	Автоматизація економічних процесів	3	залік
ОК 13	Тайм-менеджмент	5	екзамен
ОК 14	Правові засади господарської діяльності	4	залік
ОК 15	Економікс	6	екзамен
ОК 16	Самоменеджмент	4	залік
ОК 17	Економічна етика та діловий етикет	4	екзамен
ОК 18	Маркетинг	9	залік/ екзамен
ОК 19	Менеджмент	4	екзамен
ОК 20	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ОК 21	Статистика	4	екзамен
ОК 22	Товарознавство	5	екзамен
ОК 23	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 24	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 25	Маркетингове ціноутворення	3	екзамен
ОК 26	Промисловий маркетинг	4	екзамен
ОК 27	Управління продажами	4	екзамен
ОК 28	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 29	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ОК 30	Маркетинг послуг	3	екзамен
ОК 31	Маркетингова політика розподілу і збуту	4	екзамен
ОК 32	Логістика	3	екзамен
ОК 33	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг	4	екзамен
ОК 34	Підприємництво і бізнес-культура	4	екзамен
ОК 35	Діджитал-маркетинг	3	екзамен
ОК 36	Паблік-рілейшнз	3	екзамен
ОК 37	Основи конкуренції	5	екзамен

ОК 38	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1	К/р
ОК 39	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»	1	К/р
ОК 40	Фізичне виховання		залік
Всього		159	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК. 01	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки (зазначена вибіркова дисципліна має бути включена до індивідуальних навчальних планів тих здобувачів вищої освіти денної та дуальної форми здобуття освіти, для яких вона є обов'язковою)*	3	диференційований залік
ВК.02 ВК.15		57	залік
Всього		159	
Загальний обсяг вибірових компонентів:		60	
Практична підготовка			
ОК 41	Навчальна практика	3	залік
ОК 42	Виробнича практика	6	екзамен
ОК 43	Виробнича практика	9	екзамен
Атестація			
Атестаційний екзамен		3	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

III. Логічна послідовність освітніх компонент освітньої програми

Код н/д	Обов'язкові компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, атестація)
	1 семестр
ОК 01	Українська мова (за професійним спрямуванням)
ОК 02	Історія та культура України
ОК 03	Іноземна мова
ОК 40	Фізичне виховання
ОК 05	Основи наукових досліджень
ОК 06	Політекономія
ОК 11	Економічна інформатика
ОК 14	Правові засади господарської діяльності
ОК 17	Економічна етика і діловий етикет
	2 семестр
ОК 03	Іноземна мова
ОК 40	Фізичне виховання
ОК 04	Економічна соціологія
ОК 09	Економічна психологія
ОК 11	Економічна інформатика
ОК 13	Тайм-менеджмент
ОК 15	Економік
ОК 16	Самоменеджмент
ОК 38	Основи конкуренції
	3 семестр
ОК 03	Іноземна мова
ОК 07	Комунікативний менеджмент
ОК 15	Економікс
ОК 19	Маркетинг
ОК 20	Менеджмент
ОК 22	Статистика
ВК 1	Дисципліна вільного вибору студента 1
ВК 2	Дисципліна вільного вибору студента 2
ВК 3	Дисципліна вільного вибору студента 3
	4 семестр
ОК 03	Іноземна мова
ОК 08	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)
ОК 19	Маркетинг
ОК 21	Бухгалтерський облік
ОК 23	Товарознавство
ОК 39	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»
ОК 41	Навчальна практика
ВК 4	Дисципліна вільного вибору студента 4
	5 семестр
ОК 10	Управління кар'єрою
ОК 12	Автоматизація економічних процесів
ОК 23	Маркетингові дослідження

ОК 30	Маркетингова товарна політика
ОК 25	Підприємництво і бізнес-культура
ВК 4	Дисципліна вільного вибору студента 5
ВК 5	Дисципліна вільного вибору студента 6
ВК 6	Дисципліна вільного вибору студента 7
	6 семестр
ОК 24	Маркетингове комунікації
ОК 25	Маркетингове ціноутворення
ОК 26	Промисловий маркетинг
ОК 33	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг
ОК 40	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»
ОК 42	Виробнича практика
ВК 8	Дисципліна вільного вибору студента 8
ВК 9	Дисципліна вільного вибору студента 9
	7 семестр
ОК 31	Маркетинг послуг
ОК 33	Логістика
ОК 37	Паблік рілейшнз
ОК 43	Виробнича практика
ВК 10	Дисципліна вільного вибору студента 10
ВК 11	Дисципліна вільного вибору студента 11
ВК 12	Дисципліна вільного вибору студента 12
	8 семестр
ОК 28	Поведінка споживача
ОК 29	Управління продажами
ОК 31	Маркетингова політика розподілу і збуту
ОК 36	Діджитал маркетинг
ВК 13	Дисципліна вільного вибору студента 13
ВК 14	Дисципліна вільного вибору студента 14
ВК 15	Дисципліна вільного вибору студента 15
	Атестація

IV. ОПИС ПРОГРАМИ

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
Обов'язкові компоненти ОП		
ЗК1, ЗК2, ЗК4, ЗК12, ФК1	РН3, РН17	Українська мова за професійним спрямуванням
ЗК1, ЗК2, ЗК14, ФК1	РН17, РН 18	Історія та культура України
ЗК4, ЗК10, ЗК12, ЗК13, ФК1	РН1, РН12, РН17	Іноземна мова
ЗК2, ЗК14, ФК1	РН15, РН18	Економічна соціологія
ЗК3, ЗК7, ЗК8, ФК1, ФК12	РН1, РН12	Основи наукових досліджень
ЗК14, ФК1, ФК3	РН11, РН18	Політекономія
ЗК4, ЗК11, ЗК12, ФК14	РН13, РН14, РН16	Комунікативний менеджмент
ЗК3, ЗК7, ЗК8, ФК3, ФК5, ФК7	РН2, РН4, РН11	Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі, економетрика)
ЗК12, ЗК14, ФК2	РН13, РН15, РН18	Економічна психологія
ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, ФК1, ФК2, ФК5, ФК12	РН1, РН12, РН16	Управління кар'єрою
ЗК4, ЗК9, ФК9, ФК12	РН7, РН11	Економічна інформатика
ЗК4, ЗК9, ФК9, ФК12	РН7, РН11	Автоматизація економічних процесів
ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК11, ФК1, ФК6, ФК13	РН9, РН12, РН13	Тайм-менеджмент
ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ЗК15, ФК7	РН9, РН15, РН18	Правові засади господарської діяльності
ЗК3, ЗК4, ЗК7, ЗК12, ФК1, ФК2	РН6, РН11, РН12, РН14	Економікс
ЗК3, ЗК5, ЗК11, ФК1	РН3, РН12, РН13, РН15	Самоменеджмент
ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК6, ФК1	РН15, РН17, РН18	Економічна етика та діловий етикет
ЗК2, ЗК14	РН18	Фізичне виховання
ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ФК1, ФК2, ФК4, ФК5, ФК12, ФК14	РН1, РН5, РН6, РН11, РН12,	Маркетинг
ЗК4, ЗК5, ЗК11, ЗК14, ФК12, ФК13	РН12, РН13, РН14, РН15	Менеджмент
ЗК3, ЗК4, ЗК7, ЗК9, ФК2, ФК5	РН3, РН4, РН7, РН10	Бухгалтерський облік

ЗК3, ЗК4, ЗК9, ФК3, ФК5	РН4, РН7, РН9,	Статистика
ЗК6, ЗК8, ФК4, ФК7, ФК13, ФК14	РН3, РН6, РН10	Товарознавство
ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ФК1, ФК4, ФК6, ФК7, ФК11, ФК11	РН4, РН5, РН6, РН10, РН16	Маркетингові дослідження
ЗК1, ЗК4, ЗК6, ЗК12, ЗК12, ФК5, ФК8, ФК9, ФК12, ФК14, ФК15	РН1, РН2, РН5, РН8, РН10, РН19	Маркетингові комунікації
ЗК7, ЗК8, ФК2, ФК4, ФК5, ФК8, ФК14, ФК15	РН2, РН5, РН6, РН8, РН11, РН 19	Маркетингове ціноутворення
ЗК7, ФК3, ФК5, ФК7, ФК8, ФК9, ФК11	РН2, РН5, РН9, РН11	Промисловий маркетинг
ЗК3, ЗК7, ФК2, ФК7, ФК8, ФК9, ФК13	РН5, РН8,РН9, РН10	Управління продажами
ЗК3, ЗК4, ФК5, ФК6, ФК7, ФК11	РН5, РН8, РН10, РН11	Поведінка споживача
ЗК7, ФК3, ФК5, ФК7, ФК9, ФК14, ФК15	РН3, РН6, РН8, РН9, РН19	Маркетингова товарна політика
ЗК4, ЗК13, ФК2, ФК5, ФК7, ФК11, ФК14	РН3, РН5, РН6	Маркетинг послуг
ЗК7, ЗК9, ФК1, ФК4, ФК5, ФК6, ФК10, ФК12	РН2, РН7, РН8, РН9	Маркетинговий аудит
ЗК6, ЗК7, ФК4, ФК5, ФК8, ФК14	РН6, РН8, РН16	Логістика
ЗК1, ЗК6, ФК1, ФК2, ФК5, ФК7, ФК14	РН1, РН3, РН4	Стандартизація та сертифікація продукції та послуг
ЗК9, ФК10, ФК12	РН4, РН7, РН8	Інформаційні системи і технології в маркетингу
ЗК8, ЗК9, ФК8, ФК9, ФК10	РН4, РН7, РН8, РН9	Діджитал-маркетинг
ЗК9, ЗК6, ЗК11, ФК2, ФК4, ФК6, ФК9, ФК12, ФК14	РН3,РН8,РН17	Паблік-рілейшнз
ЗК4, ЗК7, ФК7, ФК13, ФК14	РН3, РНП, РН9, РН13	Основи конкуренції
Практична підготовка ОП		
ЗК4, ЗК5, ФК1	РН1, РН11, РН16, РН17, РН18	Навчальна практика
ЗК7, ЗК11, ЗК12, ФК2, ФК5, ФК10	РН2, РН5, РН7, РН9, РН11,РН13, РН14, РН16, РН18	Виробнича практика
ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК5, ЗК5, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12, ЗК13, ЗК14. ФК1,ФК2, ФК3, ФК4, ФК5, ФК6, ФК7, ФК8, ФК9, ФК10, ФК11, ФК12,ФК13, ФК14, ФК15	РН3, РН4, РН6, РН8, РН10, РН11, РН12, РН1, РН14, РН15, РН16, РН18	Виробнича практика

V. Форми атестації здобувачів вищої освіти

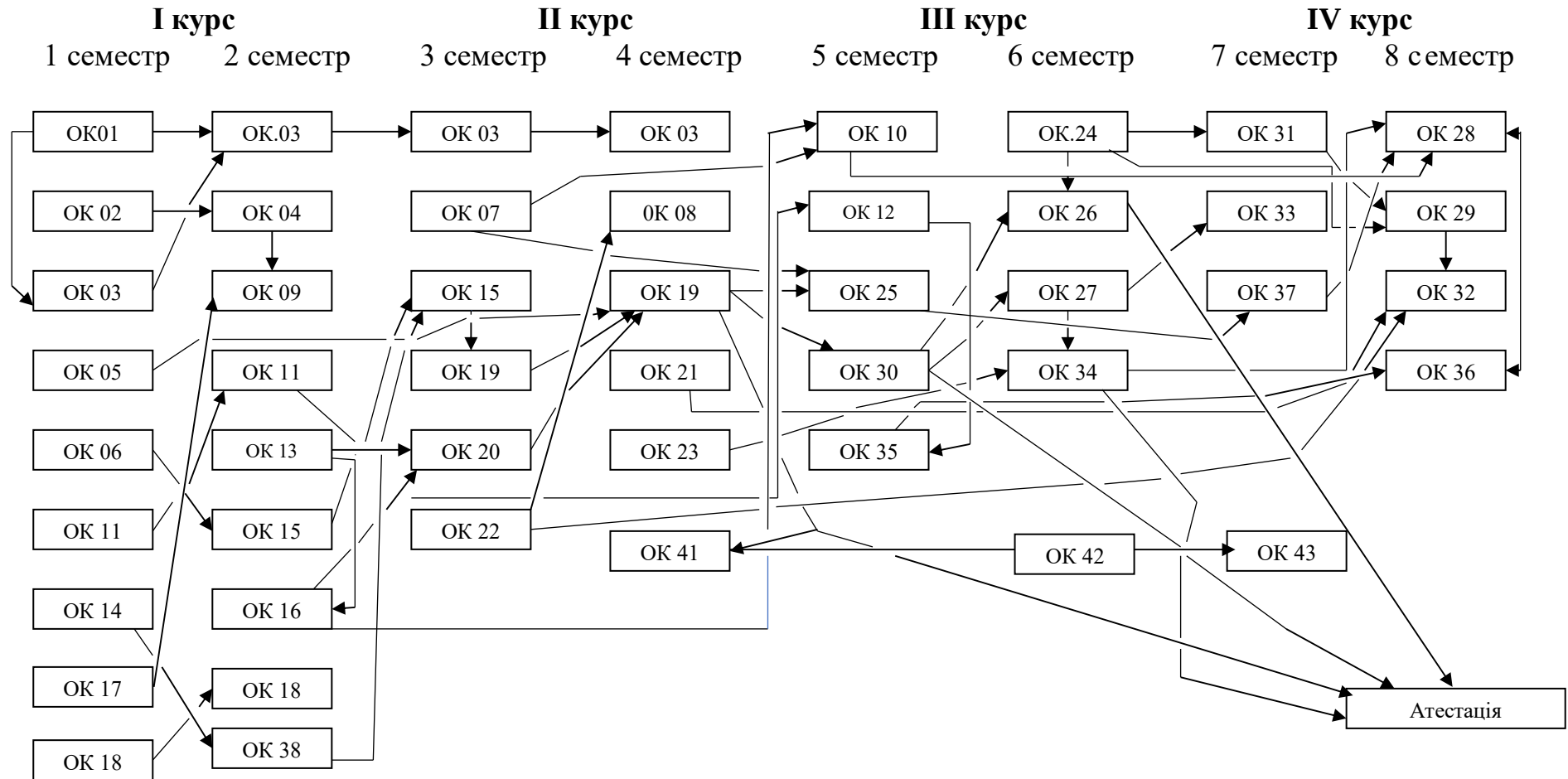
Атестація здобувачів вищої освіти освітньої програми проводиться згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про Європейську кредитно-трансферну систему навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» та інших нормативно-правових актів.

Атестація здобувачів вищої освіти освітньої програми здійснюється у формі атестаційного екзамену і завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням освітньої кваліфікації «Бакалавр маркетингу».

Атестаційний екзамен здійснюється з метою встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей вимогам стандартів вищої освіти за спеціальністю після завершення теоретичної та практичної частини навчання, на підставі оцінки рівня фахових компетентностей (знання, вміння, комунікація, автономність та відповідальність, інтегральна компетентність) випускників, передбачених відповідним рівнем Національної рамки кваліфікацій і освітньо-професійними програмами підготовки фахівців.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

VI. Структурно-логічна схема ОП



VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості освіти

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті створена і функціонує на таких принципах: академічна свобода, автономність і саморегулювання; відкритість до нових знань і критики; чесність і толерантність у ставленні до членів колективу і партнерів; взаємна вимогливість і довіра; ініціативність і лідерство; суспільна та індивідуальна відповідальність за результати роботи; інклюзивність освітнього середовища.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу і періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюднення результатів оцінювань на офіційному сайті, інформаційних стендах тощо;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних і науковопедагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Університету й здобувачами вищої освіти шляхом створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

Структуру системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті формує університетська спільнота: структурні підрозділи, науково-педагогічні і педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, представники адміністрації і допоміжних служб.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті діє на п'яти рівнях.

Процедури та заходи забезпечення якості освіти в університеті регулюються «Положенням про організацію освітнього процесу» (2022), «Положенням про освітні програми» (2024), «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» (2023).

VIII. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми «Маркетинг»

	OK01	OK02	OK03	OK04	OK05	OK06	OK07	OK08	OK09	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39	OK40	OK41	OK42	OK43
ЗК 1	+	+												+											+								+					+				+	
ЗК 2	+	+		+										+			+	+																						+			+
ЗК 3								+							+	+	+		+		+	+		+				+	+														+
ЗК 4	+		+				+			+	+	+	+		+		+		+	+	+	+			+				+		+							+			+		+
ЗК 5										+			+			+				+																			+	+	+		+
ЗК 6													+				+		+				+	+	+								+	+			+					+	
ЗК 7								+		+					+				+		+			+		+	+	+				+	+				+	+			+	+	
ЗК 8								+											+				+	+		+										+						+	
ЗК 9											+	+									+	+										+			+	+	+					+	
ЗК10			+																																						+		+
ЗК11							+			+			+			+				+																	+				+	+	
ЗК12	+		+				+		+						+										+														+				+
ЗК13			+											+																	+										+	+	+
ЗК14		+		+	+	+		+						+						+																							+
ЗК 15														+																													
ФК1	+	+	+	+	+	+				+			+		+	+	+		+					+		+						+		+				+		+		+	
ФК2									+	+					+				+		+								+			+			+		+					+	+
ФК3					+	+	+															+						+															+
ФК4																		+					+	+		+							+	+			+					+	
ФК5							+			+								+		+	+			+	+	+				+	+	+	+	+				+			+	+	
ФК6													+											+							+		+				+					+	
ФК7							+							+									+	+			+	+			+	+		+			+					+	

[illegible]

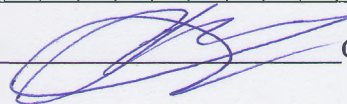
IX. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності: 075 Маркетинг

[illegible]

Х. Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей освітньої програми

Результати навчання	Компетентності																														
	Інтегральна компетентність																														
	Загальні компетентності										Спеціальні (фахові) компетентності																				
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10	ФК 11	ФК 12	ФК 13	ФК 14	ФК 15	
РН 1						+									+	+															
РН 2			+			+	+	+	+									+								+			+		
РН 3							+						+						+						+	+				+	
РН 4								+	+									+			+	+							+	+	
РН 5			+			+														+	+						+				
РН 6			+			+	+	+											+	+	+	+							+		
РН 7									+												+	+				+	+	+			+
РН 8			+	+		+	+									+				+					+	+			+		
РН 9						+	+																+				+	+	+	+	
РН 10								+	+	+								+			+		+					+	+	+	
РН 11			+			+	+													+	+						+	+	+		
РН 12				+			+				+							+													
РН 13					+							+		+	+					+				+						+	
РН 14				+	+		+				+								+											+	+
РН 15	+	+											+	+	+														+		
РН 16				+		+								+					+	+										+	
РН 17										+						+															
РН 18	+	+												+	+												+				
РН 19						+				+												+			+						

Керівник робочої групи, гарант освітньої програми



Олена ГАРМАТЮК