

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ
(зі змінами)

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

(протокол №5 від 13 04 2025 р.)

(протокол від 13 04 2025 р.)



Заступник голови вченої ради
Андрій ГЕДЗИК

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2025 р.

Набуває чинності згідно з наказом

(наказ № від 13 04 2025 р.)

(наказ № 13 від 13 04 2025 р.)



Голова комісії з реорганізації
УДПУ імені Павла Тичини
Владилена СОКИРСЬКА

Умань, 2025 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	D Бізнес, адміністрування та право
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	D5 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

УДІІУ імені Павла Тичини

(протокол № -^від «It» 09 2025 р.)

В. о. завідувача кафедри



Олександр СВІТОВИЙ

Освітньо-професійну програму схвалено вчб^оюХ

Радою інституту Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти

У ДНУ імені Павла Тичини

(протокол № 3 від «22» 09 2025 р.)

Голова вченої ради



Максим СЛАТВІНСЬКИЙ

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

Завідувач відділу якості освіти,

ліцензування та акредитації



Ірина МУСТАЄВА

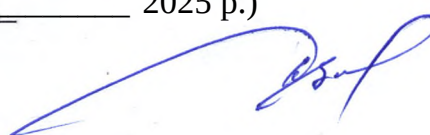
Освітньо-професійну програму погоджено

Навчально-методичною радою

УДПУ імені Павла Тичини

(протокол №ф_ від <ф> <u>су</u>_____ 2025 р.)

Голова ради



Валентина РОЗГОН

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 D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Гарматюк Олена Валентинівна, доктор філософії з спеціальності Менеджмент, доцент, 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. **Орленко Владислав Віталійович**, 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»; № 09/25 від 06.02.2025 р.
2. Безпалько М. М., директор ДП Уманський Лікєро-горілочаний завод; № 17/25 від 11.02.2025 р.
3. Грановський Г. С., директор ПрАТ «Агрошляхбуд»; № 45/25 від 19.02.2025 р.
4. Кадирус І. Г., канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри маркетингу Дніпровський державний аграрно-економічний університет; № 32/25 від 17.02.2025 р.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

I. Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 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
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу 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 навчання за освітньою програмою, форма здобуття освіти_	До 30.06.2029 р. Форма здобуття освіти: - Інституційна (очна (денна), заочна). - Дуальна (за потреби здобквача та відповідно до наказу МОН №426 від 13.04.2023 р. «Про затвердження Положення про дуальну форму здобуття фахової передвищої та вищої освіти». Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://econom.udpu.org.ua/osvitnya-programa

2 – Мета освітньої програми	
Підготовка майбутніх фахівців, які володіють цілісною системою знань, що охоплює теоретичні основи, методичні підходи та практичні вміння у сфері маркетингу як ключового елементу управління діяльністю сучасних підприємств, установ і бізнес-структур в умовах нестабільного та динамічного ринкового середовища.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація наявності))	D Бізнес, адміністрування та право. Business, administration and law D5 Маркетинг. 0414 Marketing and advertising - Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. - Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. - 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. - Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. - Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
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 цифрової 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 та її освітні компоненти спрямовані на формування у здобувачів вищої освіти компетентностей, достатніх для ефективного здійснення маркетингової діяльності в умовах

	цифрової трансформації, соціально-економічної турбулентності та непередбачуваних ризиків, що виникають у функціонуванні підприємств і організацій різних галузей і сфер бізнесу. Особливістю програми є формування фахових компетентностей на основі принципів інноваційності та креативності; поєднання академічних знань з практичними навичками через залучення практиків до навчального процесу.
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 знань здобувачів освітньої програми є поточний, модульний і підсумковий контроль. Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних, лабораторних і семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи. Модульний контроль проходить після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Форму модульного контролю (у вигляді тестів, письмової контрольної роботи,

	колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити кількісно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо) обирає лектор дисципліни. Після проведення модульного контролю з усіх змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектор дисципліни визначає загальний рейтинг здобувача з навчальної роботи. Підсумковий контроль передбачає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Здобувач допускається до семестрового контролю, якщо він виконав усі види робіт, завдань, передбачених робочим навчальним планом на семестр із відповідної навчальної дисципліни. Проведення семестрового контролю у формах екзамену чи заліку з конкретної навчальної дисципліни регламентує «Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі атестаційного екзамену.
6 – Компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді.

	ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброочестності
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 (товарної, цінової, збутової та комунікаційної) підприємства.
- РН 20.** Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.
- РН 21.** Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміння застосовувати їх в професійній діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Гарант освітньо-професійної програми: Гарматюк О. В., доктор філософії з спеціальності Менеджмент, доцент, старший викладач кафедри з спеціально маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, доктор філософії. Розробники програми: Білошкурська Н. В., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління
-----------------------------	--

	бізнесом; Корнієнко Т. О. канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. 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; – 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 421 778 примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, зокрема рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів, авторефератів дисертацій, дисертацій. Електронний каталог містить 144614 бібліографічних записів та 256671 примірників документів. Електронний каталог слугує основою для створення різноманітних баз даних, що використовуються у навчальній та науковій роботі. Протягом 2024 року до бібліотеки університету надійшло 1277 примірників, з яких 103 найменувань періодичних видань. 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) Ургенчський державний університет, м. Ургенч, Узбекистан.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Передбачена можливість навчання іноземних студентів.

II. Перелік освітніх компонент освітньої-професійної 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)	3	екзамен
ОК 09	Економічна психологія	4	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	Інформаційні системи в маркетингу	4	екзамен
ОК 34	Маркетинг в соціальних мережах	4	екзамен
ОК 35	Діджитал-маркетинг	3	екзамен
ОК 36	Паблік-релейшнз	3	екзамен
ОК 37	Теорія галузевих ринків	3	екзамен
ОК 38	Фізичне виховання та основи здоров'я	3	залік

ОК 39	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1	диференційований залік
ОК 40	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»	1	диференційований залік
Всього		159	
Вибіркові компоненти ОП			
Загальний обсяг кредитів вибірових компонент становить не менше 25 % від загального обсягу кредитів та годин освітньої програми (перелік вибірових компонентів не вказуються). Вказується тільки кредити			
ВК 03*	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки *(вказана вибірова дисципліна має бути включена до індивідуальних навчальних планів тих здобувачів вищої освіти денної та дуальної форми здобуття освіти, для яких вона є обов'язково)	4	залік
ВК.01 ВК.15		57	залік
Практична підготовка			
ОК 41	Навчальна практика	3	залік
ОК 42	Виробнича практика	6	екзамен
ОК 43	Виробнича практика	9	екзамен
Атестація			
ОК. 44 Атестаційний екзамен		3	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

III. Логічна послідовність освітніх компонент освітньої-професійної 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 38	Фізичне виховання та основи здоров'я
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 38	Фізичне виховання та основи здоров'я
ОК 04	Економічна соціологія
ОК 09	Економічна психологія
ОК 11	Економічна інформатика
ОК 13	Тайм-менеджмент
ОК 15	Економік
ОК 16	Самоменеджмент
ОК 38	Теорія галузевих ринків
3 семестр	
ОК 03	Іноземна мова
ОК 07	Комунікативний менеджмент
ОК 15	Економік
ОК 19	Маркетинг
ОК 20	Менеджмент
ОК 22	Статистика
ВК 1	Дисципліна вільного вибору студента 1
ВК 2	Дисципліна вільного вибору студента 2
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 3	Дисципліна вільного вибору студента 3
ВК 4	Дисципліна вільного вибору студента 4
5 семестр	
ОК 10	Управління кар'єрою
ОК 12	Автоматизація економічних процесів

OK 23	Маркетингові дослідження
OK 30	Маркетингова товарна політика
OK 25	Поведінка споживача
BK 4	Дисципліна вільного вибору студента 5
BK 5	Дисципліна вільного вибору студента 6
BK 6	Дисципліна вільного вибору студента 7
	6 семестр
OK 24	Маркетингове комунікації
OK 25	Маркетингове ціноутворення
OK 26	Маркетингова політика розподілу і збуту
OK 33	Інформаційні системи в маркетингу
OK 40	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»
OK 42	Виробнича практика
BK 8	Дисципліна вільного вибору студента 8
BK 9	Дисципліна вільного вибору студента 9
	7 семестр
OK 31	Маркетинг послуг
OK 33	Логістика
OK 37	Паблік рілейшнз
OK 43	Виробнича практика
BK 10	Дисципліна вільного вибору студента 10
BK 11	Дисципліна вільного вибору студента 11
BK 12	Дисципліна вільного вибору студента 12
	8 семестр
OK 28	Маркетинг в соціальних мережах
OK 29	Управління продажами
OK 31	Промисловий маркетинг
OK 36	Діджитал маркетинг
BK 13	Дисципліна вільного вибору студента 13
BK 14	Дисципліна вільного вибору студента 14
BK 15	Дисципліна вільного вибору студента 15
OK. 44	Атестаційний екзамен

IV. Базова загальновійськова підготовка на освітній програмі (денної та дуальної форми здобуття освіти)

Відповідно до частини четвертої статті 10¹ Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу», пункту 7 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затверджений постановою Кабінету Міністрів України No 734 від 21 червня 2024 року базова загальновійськова підготовка включена до освітньої програми і навчального плану як окрема навчальна дисципліна і складається з теоретичної підготовки в обсязі трьох кредитів ЄКТС, яка проводиться в закладі освіти, та практичної підготовки в обсязі семи кредитів ЄКТС.

До індивідуальних навчальних планів здобувачів вищої освіти, для яких згідно із законом проходження базової підготовки є обов'язковою, або які її проходять добровільно на підставі особистої заяви, включається дисципліна «Теоретична підготовка БЗВП» в обсязі трьох кредитів ЄКТС. Індивідуальний навчальний план є обов'язковим до виконання здобувачем вищої освіти.

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.

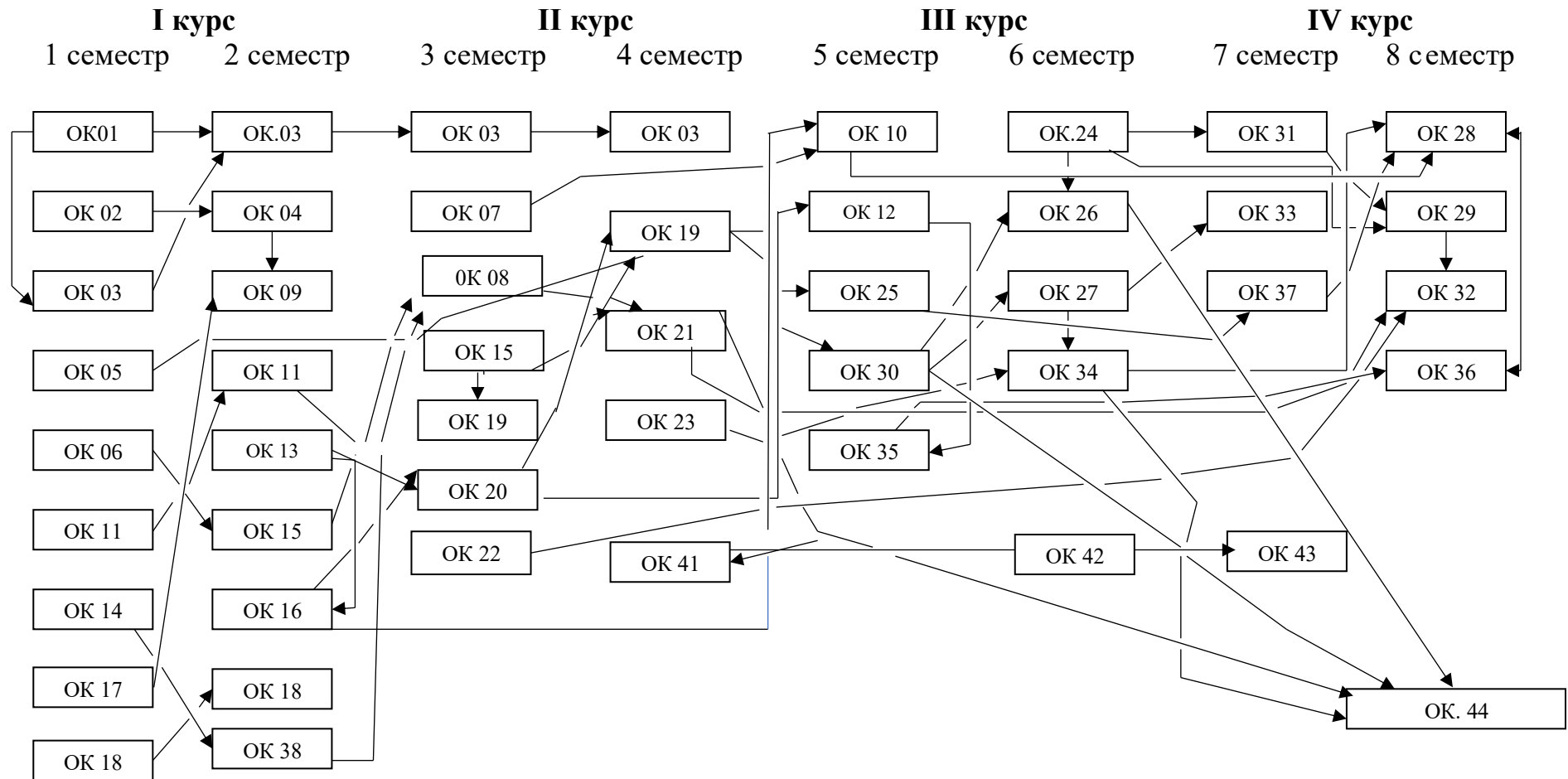
Атестація здобувачів вищої освіти освітньої програми здійснюється у формі атестаційного екзамену і завершується видачею документа державного зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням освітньої кваліфікації «Бакалавр маркетингу».

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.

Атестаційний екзамен спрямований на перевірку досягнення результатів навчання, визначених стандартом та освітньо-професійною програмою: P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21..

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», «Положенням про освітні програми», «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини».

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

	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36	ОК37	ОК38	ОК39	ОК40	ОК41	ОК42	ОК43
3К 1	+	+												+											+									+								+	
3К 2	+	+		+										+			+	+																					+				+
3К 3								+							+	+	+		+		+	+		+				+	+													+	
3К 4	+		+				+			+	+	+	+		+		+		+	+	+	+			+				+		+							+		+		+	+
3К 5										+			+			+				+																			+	+	+		+
3К 6													+				+		+				+	+	+									+	+		+					+	
3К 7								+		+					+				+		+	+		+			+	+	+				+	+			+	+			+	+	
3К 8								+											+				+	+		+	+	+							+	+						+	
3К 9											+	+									+	+											+	+	+						+	+	
3К10			+																																						+		+
3К11							+			+			+			+				+																	+				+	+	
3К12	+		+				+		+						+										+														+			+	
3К13			+											+																		+									+	+	+
3К14		+		+	+	+			+					+						+																						+	
3К 15														+																													
ФК1	+	+	+	+	+	+				+			+		+	+	+		+					+		+						+		+					+		+	+	
ФК2									+	+					+				+		+								+			+					+				+	+	
ФК3					+	+	+															+						+															+
ФК4																			+				+	+		+							+	+			+					+	
ФК5							+			+									+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+				+			+	+	
ФК6												+											+								+		+				+					+	
ФК7							+							+									+	+			+	+		+	+		+				+					+	

[illegible]

IX. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності: D5 Маркетинг

[illegible]

XI. Матриця відповідності визначених компетентностей освітньої програми дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1 Концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/ або навчання	Ум1 Поглиблені когнітивні та практичні уміння навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач в практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Збір, інтерпретація та застосування даних К3 Спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою усно та письмово	АВ1 Управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами АВ2 Спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах АВ3 Формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти АВ4 Організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп АВ5 Здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН1			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К3	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13		УМ1	К3	
ЗК14		УМ1	К2	АВ3
ЗК15		УМ1	К1	АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН1	УМ1	К1	АВ2
СК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ5
			К1	АВ2
СК5	ЗН1	УМ1		
СК6		УМ1	К1	АВ4
СК7		УМ1	К1	
СК8		УМ1	К1	АВ2

CK9	3H1		K1	
CK10	3H1	YM1		
CK11		YM1	K1	
CK12		YM1	K2	AB1
CK13		YM1	K1	AB3
CK14		YM1	K1	AB1

ХІІІ. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 - Управління та адміністрування, спеціальність 075 - Маркетинг. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
2. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/l556-18#Text>
3. Положення про освітні програми в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (Нова редакція). URL: <https://surl.li/tnnfsd>
4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. - <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
5. Постанова № 1021 від 30 серпня 2024 року Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text>
6. Положення про освітні програми в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://surl.li/abtbru>

Гарант освітньо-професійної програми

 Олена ГАРМАТЮК