

**Шановні здобувачі вищої освіти,
стейкхолдери, академічна спільнота!**

Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій запрошує Вас до участі в обговоренні освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «**Бакалавр маркетингу**».

Ми прагнемо забезпечити високу якість підготовки фахівців, які відповідатимуть вимогам сучасного бізнес-середовища, володітимуть практичними навичками, аналітичним мисленням і здатністю до інновацій.

Метою обговорення є оновлення та вдосконалення змісту програми відповідно до актуальних потреб ринку праці, новітніх тенденцій маркетингової діяльності та рекомендацій роботодавців.

Просимо Вас ознайомитися з проєктом освітньої програми та надати свої пропозиції, зауваження чи коментарі до **16 травня 2025 року** гарантці освітньої програми Світлані КОВАЛЬЧУК (sveta_marketing@ukr.net) або деканесі факультету управління та економіки Тетяні ТЕРЕЩЕНКО (dekan_ue@univer.km.ua); заповнити форму на сайті Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (https://univer.km.ua/contact/obhovorennya_osvitnikh_proham)

Ваші думки, як представників бізнесу, громадськості, випускників, науковців та інших зацікавлених сторін, є надзвичайно важливими для підвищення якості освіти та адаптації програми до реальних викликів сьогодення.

Заздалегідь вдячні за співпрацю та підтримку!

З повагою,

гарантка освітньої програми

Світлані КОВАЛЬЧУК

ПРОЄКТ

**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, ЕКОНОМІКИ, СТАТИСТИКИ ТА ЦИФРОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«БАКАЛАВР МАРКЕТИНГУ»

першого рівня вищої освіти

за спеціальністю D05 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

м. Хмельницький

2025

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, що регламентує нормативні, компетентісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки бакалаврів за спеціальністю D 05 Маркетинг у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Освітня програма «Бакалавр маркетингу» з підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра за спеціальністю D 05 Маркетинг розроблена відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту» від 12 травня 2014 року №1556-VII (зі змінами та доповненнями); Постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30.08.2024 р., № 1021; стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 року №1343; листа Міністерства освіти і науки України «Про примірний зразок освітньо-професійної програми для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів» від 28 квітня 2017 року №1/9-239.

Розроблено робочою групою у складі:

Світлана КОВАЛЬЧУК	(гарантка освітньої програми) професорка кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, доктор економічних наук, професор;
Ірина КОВТУН	перша проректорка університету, кандидатка наук з державного управління, доцентка;
Тетяна ТЕРЕЩЕНКО	(учасниця групи забезпечення спеціальності) деканеса факультету управління та економіки, доцентка кафедри публічного управління та адміністрування, кандидатка економічних наук, доцентка;
Павло ІЖЕВСЬКИЙ	(учасник групи забезпечення спеціальності) професор кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, доктор економічних наук, професор;
Лариса ФЕДОРИШИНА	(учасниця групи забезпечення спеціальності) , професорка кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, докторка економічних наук, професорка;
Андрій КОРЮГІН	(учасник групи забезпечення спеціальності) , доцент кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, кандидат економічних наук, доцент;

Зовнішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньої програми

Рецензії зовнішніх стейкхолдерів

**1. Профіль освітньо-професійної програми Бакалавр менеджменту
за спеціальністю 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова Факультет управління та економіки Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Бакалавр маркетингу»
Тип диплому та обсяг освітньої програми у ЄКТС	Диплом бакалавра, одиничний ступінь. Обсяг освітньої програми бакалавра 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 3 роки і 10 місяців (для денної форми) та 4 роки і 6 місяців (для заочної форми).
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – D 5 Маркетинг Освітня програма – Бакалавр маркетингу
Наявність акредитації	
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – 1 цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Вступ на навчання за програмою відбувається на базі повної загальної середньої освіти, ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»), молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), освітнього ступеня «фаховий молодший бакалавр». Для здобуття освітнього ступеня бакалавра на основі ступеня молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) університет має право визнати та перезарахувати не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки. Для здобуття освітнього ступеня бакалавра на основі ступеня фахового молодшого бакалавра університет має право визнати та перезарахувати не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Програма діє до наступного оновлення
Академічні права випускників	Отримання освіти на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://univer.km.ua/pro-universitytet/fakultety/fakultet-upravlinnya-ta-ekonomiky

2 – Мета освітньої програми	
Забезпечити підготовку конкурентоспроможних фахівців із маркетингу, здатних на основі системних знань, практичних навичок та критичного мислення формувати та реалізовувати ефективні маркетингові рішення для розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг. Програма спрямована на розвиток підприємницьких та креативних здібностей здобувачів, здатних працювати в умовах цифрової трансформації економіки, впроваджувати інноваційні підходи та використовувати сучасні диджитал-технології для задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності бізнесу.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право. Спеціальність D5 Маркетинг. <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність підприємств, установ і організацій у сфері торгівлі, послуг та інших галузях економіки в умовах цифровізації, динамічних ринкових змін та розвитку підприємницького середовища.. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, здатних вирішувати комплексні професійні завдання у сфері маркетингу, пов'язані з розробленням і реалізацією маркетингових стратегій, застосуванням цифрових технологій та аналітичних інструментів, управлінням проєктами в торгівлі та сфері послуг, впровадженням інноваційних і підприємницьких рішень, дотриманням етичних норм і здатністю до безперервного професійного розвитку. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> фундаментальні положення маркетингу, економіки, споживчої поведінки, маркетингових досліджень, стратегічного й операційного управління маркетинговою діяльністю, а також сучасні підходи до цифрового маркетингу, брендингу та комунікацій у ринковому середовищі. <i>Методи, методики та технології:</i> Реалізація освітньої програми передбачає використання сучасних методів, методик та технологій навчання, орієнтованих на розвиток практичних компетентностей і креативного мислення. Основними є: проблемно-орієнтоване навчання, кейс-методи, проєктне навчання, ділові ігри, симуляційні вправи, робота в командах, тренінгові формати, а також елементи дуальної освіти. Застосовуються технології змішаного і дистанційного навчання з використанням електронних освітніх платформ (Google Workspace, Zoom, Microsoft Teams), цифрових інструментів для візуалізації, презентації та обробки інформації (Canva, Miro, ChatGPT, Google Data Studio тощо). Навчання супроводжується активним залученням здобувачів до практичної роботи, творчих проєктів, дослідницької діяльності та співпраці з бізнесом. <i>Інструментарій та обладнання:</i> сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються у маркетингу.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програма сфокусована на формуванні та розвитку професійних компетентностей щодо розробки та реалізації ефективних маркетингових стратегій, адаптованих для підприємств торгівлі та сфери послуг; проведення маркетингових досліджень та аналізу поведінки онлайн-споживачів з використанням сучасних аналітичних диджитал-інструментів; застосування широкого спектру маркетингових диджитал-інструментів (SEO, PPC, SMM, контент-маркетинг, email-маркетинг, мобільний маркетинг тощо) для залучення, утримання та конверсії клієнтів; побудови та управління омніканальними стратегіями для забезпечення безперервного та інтегрованого клієнтського

	досвіду з використанням онлайн та офлайн каналів; створення та управління брендами; застосування креативного мислення та інноваційних диджитал-підходів для вирішення маркетингових завдань у торгівлі та сфері послуг.
Особливості програми	Особливості програми полягають у глибокій інтеграції принципів омніканальності в процес підготовки фахівців із маркетингу для підприємств торгівлі та сфери послуг, що проявляється у фокусі на розробці та реалізації узгоджених маркетингових рішень через усі доступні канали комунікації та продажів, включаючи як традиційні, так і передові диджитал-інструменти, з метою забезпечення цілісного та персоналізованого досвіду споживача, підвищення ефективності маркетингових зусиль та зміцнення конкурентоспроможності бізнесу в умовах цифрової трансформації. Унікальність програми полягає в її спеціалізованій підготовці маркетологів-омніканальних стратегів для секторів торгівлі та сфери послуг в умовах глибокої цифрової трансформації. На відміну від більш загальних маркетингових програм, наша зосереджена на інтеграції всіх каналів взаємодії зі споживачем – від фізичних магазинів та сервісних точок до веб-сайтів, мобільних додатків та соціальних мереж – для створення безперервного та персоналізованого клієнтського досвіду. Програма поєднує фундаментальні маркетингові знання з поглибленим вивченням сучасних диджитал-інструментів та технологій омніканального маркетингу, розвиваючи не лише аналітичні та стратегічні навички, але й креативність та підприємницьке мислення, необхідні для успішної роботи в динамічному ринковому середовищі України та за її межами. Навчання відбувається через: – використання в освітньому процесі інтерактивних методів навчання з проведенням постійного моніторингу освітньої програми для забезпечення її актуальності з урахуванням інтересів здобувачів вищої освіти й інших стейкхолдерів; – розвиток творчих, динамічно-інноваційних здібностей здобувачів вищої освіти через реалізацію їхнього особистісного потенціалу; – професійну підготовку за регіональним замовленням і за кошти фізичних та юридичних осіб (у тому числі роботодавців) конкурентоздатних маркетологів для регіонального, національного та міжнародного ринків праці; – можливість участі здобувачів вищої освіти у внутрішньо-університетській, вітчизняних і зарубіжних програмах академічної мобільності відповідно до укладених договорів про співпрацю із закладами освіти з одночасним перезарахуванням кредитів за відповідними освітніми компонентами; – гнучкий підхід до вибору бази виробничої практики у бізнес-структурах різних форм власності та розмірів, набуття практичних навичок за рахунок тренінгових програм цифрового бізнесу в межах аудиторної підготовки; – можливість отримати в межах освітньої програми комплексні знання про організацію бізнесу та управління ним за рахунок логічної послідовності вивчення та взаємозв'язку дисциплін, спрямованих на практичне використання сучасних інструментів управління/бізнес-адміністрування та системний розвиток управлінських компетентностей;

	– посилена компонента бізнес-орієнтованих дисциплін та пріоритет практичної спрямованості підготовки фахівців, здатних створювати та розвивати бізнес-структури, у тому числі, в умовах цифрової економіки.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні назви робіт (посад) відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) випускник з професійною кваліфікацією «Бакалавр маркетингу» може працевлаштуватися на посади з такими професійними назвами робіт: 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, постачання, збуту, зв'язків з громадськістю 2131.2 Аналітик продукту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 3415 Технічні та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний) Самостійне працевлаштування.
Подальше навчання	Можливість навчання: НРК – 7-й рівень, EQF-LLL – 7-й рівень, QF-EHEA – другий цикл. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання та навчання проводиться у формі лекцій (проблемних, контактних, інтерактивних), семінарських, практичних, лабораторних занять із розв'язанням розрахунково-аналітичних задач і тестів із ситуативними завданнями, використанням кейс-методів, тренінгів, ділових ігор, виконання самостійних (зокрема, індивідуальних) і курсових робіт.
Оцінювання	Оцінювання знань здобувачів вищої освіти за цією програмою здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова з урахуванням особливостей, визначених робочими програмами і навчально-методичними матеріалами навчальних дисциплін. Атестація випускників здійснюється в порядку, визначеному Положенням про екзаменаційну комісію з атестації осіб, які здобувають освітній ступінь бакалавра, магістра у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль тощо. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захисти практики, захист курсових робіт, лабораторних та індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, заліки, іспити, підсумкова атестація – кваліфікаційна робота.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та

компетентність	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	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.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

	СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти

	навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 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. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До реалізації програми та навчального процесу долучаються науково-педагогічні працівники, які мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації, відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний педагогічний стаж та досвід практичної роботи.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якісного освітнього процесу.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях, включає авторські розробки науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до договорів про співпрацю ХУУП імені Леоніда Юзькова та інших закладів вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність може здійснюватися згідно із чинним законодавством та укладеними договорами про співпрацю Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова з іншими закладами вищої освіти зарубіжних країн.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів може здійснюватися відповідно до вимог чинного законодавства.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми і їх структурно-логічна послідовність вивчення

2.1. Компоненти освітньо-професійної програми і їх обсяги вивчення з відповідними формами підсумкового контролю

Коди компонент	Назви компонент	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Теоретична підготовка			
I. Навчальні дисципліни циклу загальної підготовки (шифр – ЗП)			
1.1.Обов’язкові навчальні дисципліни (шифр – ЗПО)			
ЗПО 1.	Економічна теорія	5	Екзамен 1сем.
ЗПО 2.	Іноземна мова	3	Залік 1сем.
ЗПО 3.	Вища та прикладна математика	4	Екзамен 1сем.
ЗПО 4.	Інформаційні системи та технології	4	Залік 1 сем.
ЗПО 5.	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	4	Екзамен 1сем.
ЗПО 6.	Основи конституційного права та антикорупційного законодавства	3	Екзамен 1сем.
ЗПО 7.	Психологія	4	Залік 2 сем.
ЗПО 8.	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	3	Залік 3 сем.
ЗПО 9.	Філософія	3	Залік 4 сем.
ЗПО 10.	Статистика	3	Екзамен 3сем.
ЗПО 11.	Фізичне виховання	3	Залік 1,2 сем.
Всього за циклом I		38,5	-
II. Навчальні дисципліни циклу професійної підготовки (шифр – ПП)			
2.1. Обов’язкові навчальні дисципліни (шифр – ППО)			
ППО 1.	Історія маркетингу	3	Екзамен 1 сем.
ППО 2.	Макроекономіка	5	Екзамен 2 сем.
ППО 3.	Іноземна мова за професійним спрямуванням	4	Екзамен 2 сем.
ППО 4.	Українська мова за професійним спрямуванням	4	Екзамен 2 сем.
ППО 5.	Мікроекономіка	4	Екзамен 2 сем.
ППО 6.	Інформаційні технології в маркетингу	4	Залік 2 сем.
ППО 7.	Фінанси, гроші та кредит	3	Екзамен 3 сем.
ППО 8.	Організаційно-правові основи підприємницької діяльності	3	Залік 3 сем.
ППО 9.	Маркетинг	8	Екзамен 3,4 сем.
	Курсова робота (ППО 9)	2	4 сем
ППО 10.	Облік і аудит	4	Екзамен 3 сем.
ППО 11.	Маркетингові дослідження	4	Екзамен 4 сем.
ППО 12.	Паблік рилейшнз та копірайтинг	4	Екзамен 4 сем.
ППО 13.	Бізнес-аналітика	3	Екзамен 4 сем.
ППО 14.	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен 5 сем.
ППО 15.	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен 5 сем.
ППО 16.	Маркетинг послуг	4	Екзамен 5 сем.
ППО 17.	Менеджмент	4	Екзамен 5 сем.

1	2	3	4
ППО 18	Соціальна відповідальність та етика бізнесу	3	Залік 5 сем.
ППО 19.	Поведінка споживачів	4	Екзамен 6 сем.
ППО 20.	Сталий розвиток та економіка підприємства	4	Екзамен 6 сем.
ППО 21.	Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж	4	Залік 6 сем.
ППО 22.	Бізнес-планування та основи проектного менеджменту	3	Екзамен 6 сем.
ППО 23.	Інноваційний маркетинг	3	Екзамен 6 сем.
ППО 24.	Маркетингова політика комунікацій	4	Екзамен 7 сем.
ППО 25.	Логістика та цифрові інструменти управління ланцюгом поставок	3	Екзамен 6 сем.
	Курсова робота (на вибір ППО 19, ППО 20, ППО 23, ППО 25)	1,5	6 сем.
ППО 26.	Маркетингова політика розподілу та трейд-маркетинг	4	Екзамен 7 сем.
ППО 27.	Оmnіканальний маркетинг	4	Екзамен 7 сем.
ППО 28.	Мерчандайзинг	3	Залік 6 сем.
ППО 29.	Тренінг-курс «Менеджмент комунікацій і медіація»	4	Екзамен 7 сем.
Всього		113	
2.2. Вибіркові навчальні дисципліни (шифр – ППВ)			
ППВ.2.1	Вибірковий компонент 2.1	3,0	Залік 2 сем.
ППВ.3.1	Вибірковий компонент 3.1	3,0	Залік 3 сем.
ППВ.3.2	Вибірковий компонент 3.2	3,0	Залік 3 сем.
ППВ.3.3	Вибірковий компонент 3.3	3,0	Залік 3 сем.
ППВ.4.1	Вибірковий компонент 4.1	3,0	Залік 4 сем.
ППВ.4.2	Вибірковий компонент 4.2	3,0	Залік 4 сем.
ППВ.5.1	Вибірковий компонент 5.1	3,0	Залік 5 сем.
ППВ.5.2	Вибірковий компонент 5.2	3,0	Залік 5 сем.
ППВ.5.3	Вибірковий компонент 5.3	3,0	Залік 5 сем.
ППВ.5.4	Вибірковий компонент 5.4	3,0	Залік 5 сем.
ППВ.7.1	Вибірковий компонент 7.1	3,0	Залік 7 сем.
ППВ.7.2	Вибірковий компонент 7.2	3,0	Залік 7 сем.
ППВ.7.3	Вибірковий компонент 7.3	3,0	Залік 7 сем.
ППВ.7.4	Вибірковий компонент 7.4	3,0	Залік 7 сем.
ППВ.7.5	Вибірковий компонент 7.5	3,0	Залік 7 сем.
ППВ.8.1	Вибірковий компонент 8.1	3,0	Залік 8 сем.
ППВ.8.2	Вибірковий компонент 8.2	3,0	Залік 8 сем.
ППВ.8.3	Вибірковий компонент 8.3	3,0	Залік 8 сем.
ППВ.8.4	Вибірковий компонент 8.4	3,0	Залік 8 сем.
ППВ.8.5	Вибірковий компонент 8.5	3,0	Залік 8 сем.
Всього		60	-
Всього за циклом II		173	
Практична підготовка (шифр – П)			
П1	Навчальна практика «Вступ до фаху»	3,0	
П2	Виробнича практика 1	4,5	
П3	Виробнича практика 2	6,0	
П4	Переддипломна практика	7,5	
Всього практичної підготовки		21	

1	2	3	4
	Бакалаврська робота	7,5	
	Загальна кількість	240	
	Кількість екзаменів	31	
	Кількість заліків	36	
	Кількість курсових робіт	2	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180,0	
Загальний обсяг вибіркового компонентів:		60,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма охоплює вивчення низки обов'язкових та вибіркового навчальних дисциплін, спрямованих на досягнення програмних результатів навчання (рис. 1). Загальний обсяг обов'язкових навчальних дисциплін складає 180 кредитів ЄКТС, з яких 38,5 – спрямовані на формування знань, умінь та навичок за циклом загальної підготовки, 173 – за циклом професійної підготовки, 21 – практичної підготовки. Обсяг вибіркового навчальних дисциплін складає 60 кредитів ЄКТС, у тому числі 3 кредити ЄКТС за циклом загальної підготовки, 57 – за циклом професійної підготовки.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (бакалаврської) роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (далі – СВЗЯВО) Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова відповідає вимогам Європейських стандартів і рекомендацій стосовно забезпечення якості вищої освіти (ESG 15), Закону України «Про вищу освіту» від 01 липня 2014 року №1556-VII, актам Кабінету Міністрів України, Міністерства освіти і науки України, локальним нормативно-правовим актам Університету. СВЗЯВО в університеті функціонує відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, Положення про організацію освітнього процесу у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у

Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, Положення про систему рейтингового оцінювання результатів професійної діяльності науково-педагогічних працівників Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, Кодексу академічної доброчесності Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова тощо.

Розроблена СВЗЯВО передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти і науково-педагогічних працівників

Університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

- забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, 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 науково-педагогічними працівниками Університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

- інших процедур і заходів.

5. Відповідність компетентностей дескрипторам Національної рамки кваліфікацій, результатів навчання та компетентностей

Забезпечення програмних компетентностей та програмних результатів навчання компонентами освітньої програми

Відповідність визначених Стандартом і освітньою програмою компетентностей дескрипторам Національної рамки кваліфікацій (НРК) наведена у табл. 1.

Відповідність визначених Стандартом і освітньою програмою результатів навчання та компетентностей наведена у табл. 2.

Відповідність програмних компетентностей компонентам освітньої програми наведена у табл. 3.

Відповідність забезпечення програмних результатів навчання компонентами освітньої програми наведена у табл. 4.

Таблиця 1. Матриця відповідності визначених освітньою програмою компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
	Загальні компетентності			
ЗК01			К1, К2	АВ1
ЗК02	ЗН1, ЗН2		К1	
ЗК03	ЗН1, ЗН2	УМ1		
ЗК04		УМ1		
ЗК05		УМ1		
ЗК06			К1, К2	
ЗК07			К1, К2	
ЗК08	ЗН1	УМ1	К1	АВ2
ЗК09		УМ1	К1	АВ1, АВ2
ЗК10	ЗН1, ЗН2	УМ1		
ЗК11		УМ1	К2	
ЗК12		УМ1	К2	
ЗК13			К1, К2	АВ1
ЗК14			К1, К2	АВ1
ЗК15			К1, К2	АВ1

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
СК01	ЗН2	УМ1		
СК02			К2	
СК03			К2	
СК04		УМ1		
СК05	ЗН2		К2	
СК06				
СК07	ЗН1	УМ1		
СК08		УМ1		
СК09				
СК10			К1	АВ1
СК11				
СК12	ЗН1			АВ1
СК13		УМ1		АВ1
СК14	ЗН1		К1	
СК15			К1	АВ2

Список використаних джерел

1. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>.
2. Про вищу освіту: Закон України від 12 та 2014 року № 1556- VII р. Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print>.
3. Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: Постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п#Text>.
4. Про затвердження методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648). URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
5. Про освіту: Закон України від 5 вересня 2017 року № 2145-VIII з наступними змінами і доповненнями. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
6. Про примірний зразок освітньо-професійної програми для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів: лист Міністерства освіти і науки України від 28 квітня 2017 року № 1/9-239. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://udhtu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/List-MON-1-9-239-vid-28-04-2017-zrazok-OP-bakalavr.pdf>.
7. Рівні Національної рамки кваліфікацій URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
8. Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм: Лист Міністерства освіти і науки України від 05.06.2018 № 1/9-377. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v-377729-18#Text>