

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

Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій запрошує Вас до участі в обговоренні змін до 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 внесення змін, пов'язаних із введенням до склад переліку обов'язкових компонентів навчальної дисципліни «Основи національного спротиву» а також 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 червня 2026 року** гаранті 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\\_prohram](https://univer.km.ua/contact/obhovorennya_osvitnikh_prohram))

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 D5 Маркетинг**

**галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

**Кваліфікація: бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

**рішенням вченої ради університету  
від 28 травня 2025 р., протокол №15**

**Освітня програма введена в дію  
наказом №328/25 від 28 травня 2025 р.**

**Ректор університету**

**Олег ОМЕЛЬЧУК**

\_\_\_\_\_  
(підпис)  
М.П.

\_\_\_\_\_  
(ім'я, прізвище)

**м. Хмельницький**

**2026**

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, що регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки бакалаврів за спеціальністю D5 Маркетинг у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Освітньо-професійна програма «Бакалавр маркетингу» з підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра за спеціальністю D5 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 затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 року № 266 (зі змінами); Постанови Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку проведення базової загальної середньої підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» від 21 червня 2024 року №734; 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 (зі змінами); Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, затвердженого наказом ХУУП імені Леоніда Юзькова від 29 березня 2023 року № 209/23.

### **Розроблено робочою групою у складі:**

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

## **Зовнішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньої програми**

<b>Роман УЖВА</b>	засновник та CEO digital агентства ImRev (за згодою)
<b>Алла БЕВЗА</b>	співзасновниця і CEO маркетингова агенція TheKasta (за згодою)
<b>Олександра ПІДВИСОЦЬКА</b>	здобувачка вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент першого (бакалаврського) рівня Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (за згодою)

### **Рецензії зовнішніх стейкхолдерів**

<b>Ірина ЛИЛИК</b>	президентка ВГО Українська асоціація маркетингу, кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
<b>Ірина ПЕРЕВОЗОВА</b>	завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, докторка економічних наук, професорка
<b>Наталія БЄЛЯКОВА</b>	президентка Хмельницької торгово-промислової палати, PhD з економіки
<b>Оксана СПАРАДОВСЬКА</b>	начальниця відділу маркетингу ТОВ «Корвет»

**1. Профіль освітньо-професійної програми «Бакалавр маркетингу»  
за спеціальністю D5 Маркетинг  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова Факультет управління та економіки Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	D Бізнес, адміністрування та право
<b>Спеціальність</b>	D5 Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Бакалавр маркетингу Bachelor of Marketing
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми у ЄКТС</b>	Диплом бакалавра, одиничний ступінь. Обсяг освітньої програми бакалавра 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 3 роки і 10 місяців (для денної форми здобуття освіти) та 4 роки і 6 місяців (для заочної форми здобуття освіти).
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Бакалавр маркетингу
<b>Наявність акредитації</b>	
<b>Цикл / рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – 1 цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Вступ на навчання за програмою відбувається на базі повної загальної середньої освіти, на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» в порядку, визначеному законодавством.
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська, англійська (окремі ОК)
<b>Термін дії освітньої програми</b>	Програма діє до наступного оновлення
<b>Академічні права випускників</b>	Отримання освіти на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://univer.km.ua/pro-universytet/fakultety/fakultet-upravlinnya-ta-ekonomiky">https://univer.km.ua/pro-universytet/fakultety/fakultet-upravlinnya-ta-ekonomiky</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Забезпечити підготовку конкурентоспроможних фахівців із маркетингу, здатних на основі системних знань, практичних навичок та критичного мислення формувати та реалізовувати ефективні маркетингові рішення для розвитку ринкових суб'єктів. 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

<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</b>	<p>Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право. Спеціальність D5 Маркетинг. <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 фахівців, здатних вирішувати комплексні професійні завдання у сфері маркетингу, пов'язані з розробленням і реалізацією маркетингових стратегій, застосуванням цифрових технологій та аналітичних інструментів, управлінням проектами, впровадженням інноваційних і підприємницьких рішень, дотриманням етичних норм і здатністю до безперервного професійного розвитку. <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>Інструментарій та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Програма сфокусована на формуванні та розвитку професійних компетентностей щодо розробки та реалізації ефективних маркетингових стратегій, 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.
<b>Особливості програми</b>	<i>Особливості програми</i> полягають у глибокій інтеграції принципів омніканальності в процес підготовки фахівців із маркетингу для ринкових суб'єктів, 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

	<p>трансформації.</p> <p><b>Унікальність програми</b> полягає в її спеціалізованій підготовці маркетологів-омніканальних стратегів для ринкових суб'єктів, в умовах глибокої цифрової трансформації. На відміну від більш загальних маркетингових програм, ОП 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.</p>
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Професійні назви робіт (посад) відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) випускник за освітньою кваліфікацією бакалавр маркетингу може працевлаштуватися на посади з такими професійними назвами робіт:</p> <p>1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, постачання, збуту, зв'язків з громадськістю</p> <p>2131.2 Аналітик продукту</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>3415 Технічні та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний)</p> <p>Самостійне працевлаштування.</p>
<b>Подальше навчання</b>	<p>Можливість навчання: НРК – 7-й рівень, EQF-LLL – 7-й рівень, QFENEА – другий цикл. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Викладання та навчання проводиться у формі лекцій (проблемних, контактних, інтерактивних), семінарських, практичних, лабораторних занять із розв'язанням розрахунково-аналітичних задач і тестів із ситуаційними завданнями, використанням кейс-методів, тренінгів, ділових ігор, виконання самостійних (зокрема, індивідуальних) і курсових робіт.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>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.</p> <p>Атестація випускників здійснюється в порядку, визначеному Положенням про екзаменаційну комісію з атестації осіб, які</p>

	<p>здобувають освітній ступінь бакалавра, магістра у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова.</p> <p>Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль тощо.</p> <p>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.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності</b>	<p><b>ЗК1.</b> Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p><b>ЗК2.</b> 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.</p> <p><b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p><b>ЗК5.</b> Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>ЗК10.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p><b>ЗК11.</b> Здатність працювати в команді.</p> <p><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p><b>ЗК15.</b> Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> <p><b>ЗК 16.</b> Здатність виконувати конституційний обов'язок щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.</p>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>	<p><b>СК1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p><b>СК2.</b> Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p>

	<p><b>СК3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>СК8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p><b>СК11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>СК12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p><b>СК14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<p><b>ПРН 1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПРН 2.</b> Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПРН 3.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p><b>ПРН 4.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p><b>ПРН 5.</b> Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p><b>ПРН 6.</b> Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p><b>ПРН 7.</b> Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p><b>ПРН 8.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження</p>

	<p>маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p><b>ПРН 9.</b> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p><b>ПРН 10.</b> Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p><b>ПРН 11.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p><b>ПРН 12.</b> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p><b>ПРН 13.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p><b>ПРН 14.</b> Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p><b>ПРН 15.</b> Діяти соціально-відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p><b>ПРН 16.</b> Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p><b>ПРН 17.</b> Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p><b>ПРН 18.</b> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p><b>ПРН 19.</b> Приймати маркетингові та управлінські рішення з дотриманням етичних норм і правил професійної доброчесності, діяти відповідально та прозоро, недопускаючи проявів корупції, маніпуляцій або нечесної поведінки у професійній діяльності.</p> <p><b>ПРН 20.</b> Виявляти навички і уміння, необхідні для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	До реалізації програми та навчального процесу долучаються науково-педагогічні працівники, які мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації, відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний педагогічний стаж та досвід практичної роботи.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якісного освітнього процесу.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	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.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до договорів про співпрацю ХУУП імені Леоніда Юзькова та інших закладів вищої освіти України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	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.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних студентів може здійснюватися відповідно до вимог чинного законодавства.

\* - Для здобувачів вищої освіти денної форми здобуття освіти, які проходять базову загальновійську підготовку.

## 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	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Теоретична підготовка</b>			
<b>I. Обов'язкові освітні компоненти циклу загальної підготовки</b>			
OK 1	Економічна теорія	5	Екзамен 1 сем.
OK 2	Іноземна мова	3	Залік 1 сем.
OK 3	Вища та прикладна математика	4,5	Екзамен 1 сем.
OK 4	Інформаційні системи та технології	3,5	Залік 1 сем.
OK 5	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	3,5	Екзамен 1 сем.
OK 6	Основи конституційного права та антикорупційного законодавства	3	Залік 1 сем.
OK 7	Фізичне виховання	3	Залік 1,2 сем.
OK 8	Психологія	4	Залік 2 сем.
OK 9	Філософія	3	Залік 2 сем.
OK 10	Статистика	3	Екзамен 3 сем.
OK 11	Основи національного спротиву	5	Залік 3,4 сем.
<b>Всього за циклом I</b>		<b>40,5</b>	-
<b>II. Обов'язкові освітні компоненти циклу професійної підготовки</b>			
OK 12	Історія маркетингу	3	Екзамен 1 сем.
OK 13	Макроекономіка	5	Екзамен 2 сем.
OK 14	Іноземна мова за професійним спрямуванням	4,5	Екзамен 2 сем.
OK 15	Українська мова за професійним спрямуванням	4	Екзамен 2 сем.
OK 16	Мікроекономіка	5	Екзамен 2 сем.
OK 17	Облік і аудит	3,5	Екзамен 3 сем.
OK 18	Менеджмент	4	Екзамен 3 сем.
OK 19	Організаційно-правові основи підприємницької діяльності	3,5	Залік 3 сем.
OK 20	Маркетинг	8	Екзамен 3,4 сем.
K 1	Курсова робота (OK 20)	1,5	4 сем
OK 21	Інформаційні технології в маркетингу	3	Залік 4 сем.
OK 22	Сталий розвиток та економіка підприємства	3	Екзамен 4 сем.
OK 23	Паблік рилейшнз та копірайтинг	3	Екзамен 4 сем.
OK 24	Поведінка споживачів	3	Екзамен 4 сем.
OK 25	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен 5 сем.
OK 26	Маркетингове ціноутворення	3,5	Екзамен 5 сем.
OK 27	Маркетингові дослідження	3,5	Екзамен 5 сем.
OK 28	Фінанси, гроші і кредит	4	Екзамен 5 сем.
OK 29	Соціальна відповідальність та етика бізнесу	3	Залік 5 сем.
OK 30	Бізнес-аналітика	3,5	Екзамен 6 сем.

1	2	3	4
ОК 31	Маркетинг послуг	4	Екзамен 6 сем.
ОК 32	Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж	3	Залік 6 сем.
ОК 33	Бізнес-планування та основи проектного менеджменту	3	Екзамен 6 сем.
ОК 34	Інноваційний маркетинг	3	Екзамен 6 сем.
ОК 35	Мерчандайзинг	3	Залік 6 сем.
ОК 36	Логістика та цифрові інструменти управління ланцюгом поставок	3	Екзамен 6 сем.
К 2	Курсова робота (на вибір ОК 30, ОК 32, ОК 34, ОК 36)	1,5	6 сем.
ОК 37	Маркетингова політика розподілу та трейд-маркетинг	4	Екзамен 7 сем.
ОК 38	Маркетингова політика комунікацій (викладання українською та англійською мовами)	3,5	Екзамен 7 сем.
ОК 39	Оmnіканальний маркетинг	4	Екзамен 7 сем.
ОК 40	Тренінг-курс «Менеджмент комунікацій і медіація»	3,5	Екзамен 7 сем.
<b>Всього за циклом II</b>		<b>111</b>	
<b>III. Вибіркові освітні компоненти</b>			
ВК 1	Вибірковий компонент 1	3,0	Залік 2 сем.
ВК 2	Вибірковий компонент 2	3,0	Залік 3 сем.
ВК 3	Вибірковий компонент 3	3,0	Залік 3 сем.
ВК 4	Вибірковий компонент 4	3,0	Залік 3 сем.
ВК 5	Вибірковий компонент 5	3,0	Залік 4 сем.
ВК 6	Вибірковий компонент 6	3,0	Залік 4 сем.
ВК 7	Вибірковий компонент 7	3,0	Залік 5 сем.
ВК 8	Вибірковий компонент 8	3,0	Залік 5 сем.
ВК 9	Вибірковий компонент 9	3,0	Залік 5 сем.
ВК 10	Вибірковий компонент 10	3,0	Залік 5 сем.
ВК 11	Вибірковий компонент 11	3,0	Залік 7 сем.
ВК 12	Вибірковий компонент 12	3,0	Залік 7 сем.
ВК 13	Вибірковий компонент 13	3,0	Залік 7 сем.
ВК 14	Вибірковий компонент 14	3,0	Залік 7 сем.
ВК 15	Вибірковий компонент 15	3,0	Залік 7 сем.
ВК 16	Вибірковий компонент 16	3,0	Залік 8 сем.
ВК 17	Вибірковий компонент 17	3,0	Залік 8 сем.
ВК 18	Вибірковий компонент 18	3,0	Залік 8 сем.
ВК 19	Вибірковий компонент 19	3,0	Залік 8 сем.
ВК 20	Вибірковий компонент 20	3,0	Залік 8 сем.
<b>Всього за циклом III</b>		<b>60**</b>	-
<b>Всього за циклом II</b>		<b>173**</b>	

1	2	3	4
<b>Практична підготовка (шифр – П)</b>			
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	
	<b>Всього практичної підготовки</b>	<b>21</b>	
	<b>Кваліфікаційна робота</b>	<b>7,5</b>	
	<b>Загальна кількість</b>	<b>240***</b>	
	<b>Кількість екзаменів</b>	<b>31</b>	
	<b>Кількість заліків</b>	<b>36</b>	
	<b>Кількість курсових робіт</b>	<b>2</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>		<b>180,0</b>	
<b>Загальний обсяг вибірових компонентів:</b>		<b>60,0</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240,0</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма охоплює вивчення низки обов'язкових та вибірових освітніх компонентів, 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 вибірових навчальних дисциплін складає 60 кредитів ЄКТС.

1 курс				2 курс				3 курс				4 курс				
1 семестр		2 семестр		3 семестр		4 семестр		5 семестр		6 семестр		7 семестр		8 семестр		
Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	3,5					Курсова робота Маркетинг	1,5			Курсова робота	1,5					
Фізичне виховання	1,5	Фізичне виховання	1,5	Основи національного спротиву	3,0	Основи національного спротиву	2,0									
Іноземна мова	3,0	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4,5			Інформаційні технології в маркетингу	3,0									
		Українська мова (за професійним спрямуванням)	4,0					Фінанси, гроші кредит	4,0							
Основи конституційного та антикорупційного законодавства	3,0	Мікроекономіка	5,0	Організаційно-правові основи підприємницької діяльності	3,5	Сталий розвиток та економіка підприємства	3,0	Соціальна відповідальність та етика бізнесу	3,0	Бізнес-планування та основи проєктного менеджменту	3,0	Тренінг курс «Менеджмент комунікацій і медіація»	3,5			
Економічна теорія	5,0	Макроекономіка	5,0	Менеджмент	4,0			Маркетингові дослідження	3,5	Маркетинг послуг	3,5					
				Облік і аудит	3,5			Маркетингова товарна політика	4,0	Інноваційний маркетинг	3,5	Маркетингова політика комунікацій	3,5			
		Психологія	4,0	Маркетинг	4,0	Маркетинг	4,0	Маркетингове ціноутворення	3,5	Мерчандайзинг	3,0	Маркетингова політика розподілу та трейд-маркетинг	4,0			
Історія маркетингу	3,0											Оmnіканальний маркетинг	4,0			
Інформаційні системи та технології	3,5	Філософія	3,0			Паблік рилейшнз та копірайтинг	3,0			Бізнес-аналітика	3,5					
						Поведінка споживачів	3,0			Логістика та цифрові інструменти управління ланцюгом поставок	3,0					
Вища та прикладна математика	4,5			Статистика	3,0					Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж	3,0					
		<b>Вибіркові компоненти</b>	<b>3,0</b>	<b>Вибіркові компоненти</b>	<b>9,0</b>	<b>Вибіркові компоненти</b>	<b>6,0</b>	<b>Вибіркові компоненти</b>	<b>12,0</b>			<b>Вибіркові компоненти</b>	<b>15,0</b>	<b>Вибіркові компоненти</b>	<b>15,0</b>	
Вступ до фаху	3,0					Виробнича практика 1	4,5			Виробнича практика 2	6,0			Переддипломна практика	7,5	
														Кваліфікаційна робота	7,5	
<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>Кредитів ЄКТС</i>	<i>30,0</i>	<i>240</i>
<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>4</i>	<i>Екзаменів</i>	<i>0</i>	<i>29</i>
<i>Заліків</i>	<i>4</i>	<i>Заліків</i>	<i>4</i>	<i>Заліків</i>	<i>5</i>	<i>Заліків</i>	<i>3</i>	<i>Заліків</i>	<i>5</i>	<i>Заліків</i>	<i>4</i>	<i>Заліків</i>	<i>5</i>	<i>Заліків</i>	<i>5</i>	<i>34</i>
<i>Усього</i>	<i>8,0</i>	<i>Усього</i>	<i>8,0</i>	<i>Усього</i>	<i>9,0</i>	<i>Усього</i>	<i>7,0</i>	<i>Усього</i>	<i>9,0</i>	<i>Усього</i>	<i>8,0</i>	<i>Усього</i>	<i>9,0</i>	<i>Усього</i>	<i>5</i>	<i>63</i>
<b>Кольорове кодування блоків дисциплін</b>																
Мовно-комунікативний блок		Економіко-підприємницький блок				Вибіркові компоненти										
Блок «Наукове пізнання та дослідження»		Блок «Цифрові компетентності в бізнесі»				Бакалаврська робота										
Маркетинго-управлінський блок		Блок «здоровий спосіб життя та безпека»				Практична підготовка										
Математично-статистичний блок		Правовий блок														

Рис 1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми Бакалавр маркетингу

### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (бакалаврської) роботи
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в сфері управління та адміністрування бізнесу, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті університету

### 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	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність	
	<b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень	<b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	<b>Ум1</b> 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	<b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	<b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності					
ЗК01			K1, K2	AB1	
ЗК02	ЗН1, ЗН2		K1		
ЗК03	ЗН1, ЗН2	УМ1			
ЗК04		УМ1			
ЗК05		УМ1			
ЗК06			K1, K2		
ЗК07			K1, K2		
ЗК08	ЗН1	УМ1	K1	AB2	
ЗК09		УМ1	K1	AB1, AB2	
ЗК10	ЗН1, ЗН2	УМ1			
ЗК11		УМ1	K2		
ЗК12		УМ1	K2		
ЗК13			K1, K2	AB1	
ЗК14			K1, K2	AB1	

<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>				
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	



Таблиця 3. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

Коди компонентів освітньої програми																														
	ЗК01	ЗК02	ЗК03	ЗК04	ЗК05	ЗК06	ЗК07	ЗК08	ЗК09	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07	СК08	СК09	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
OK 1			+						+								+		+											
OK 2				+						+			+													+		+		
OK 3			+	+															+								+			
OK 4			+	+					+			+							+								+			
OK 5	+	+	+	+	+						+	+	+	+	+		+	+					+						+	
OK 6	+															+									+			+		+
OK 7		+														+														
OK 8	+	+		+							+			+														+		
OK 9	+	+	+	+					+																				+	
OK 10			+	+					+											+						+				
OK 11	+												+		+		+						+							+
OK 12		+	+	+		+													+		+			+						+
OK 13			+	+		+													+	+										
OK 14				+			+						+																+	
OK 15	+	+		+		+											+												+	
OK 16			+	+					+			+		+										+	+					
OK 17			+	+	+	+			+	+			+							+		+		+		+	+	+	+	
OK 18				+								+												+			+	+		+
OK 19	+		+	+								+												+				+		+
OK 20			+	+	+	+	+	+	+		+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
К 1			+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK 21			+	+							+						+	+	+	+							+		+	
OK 22			+	+	+				+	+							+	+	+	+								+	+	
OK 23			+						+	+									+								+	+	+	
OK 24									+								+	+	+				+				+	+		
OK 25									+								+	+	+		+		+							
OK 26				+	+				+		+						+	+	+	+	+		+	+			+	+		
OK 27			+	+							+						+		+				+				+		+	
OK 28			+	+					+	+	+	+					+	+	+	+	+		+				+	+	+	
OK 29	+	+											+									+	+							
OK 30				+	+				+	+							+	+	+	+	+					+	+	+	+	
OK 31				+							+	+					+	+	+		+		+			+		+	+	

Коди компонентів освітньої програми	Загальні																																		
	ЗК01	ЗК02	ЗК03	ЗК04	ЗК05	ЗК06	ЗК07	ЗК08	ЗК09	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07	СК08	СК09	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14					
ОК 32			+	+				+	+	+	+	+					+	+	+	+	+		+			+	+	+							
ОК 33				+	+				+	+	+	+					+	+	+	+			+					+	+						
ОК 34			+	+					+		+	+					+		+		+		+				+		+						
ОК 35					+						+	+	+	+			+	+	+	+			+				+	+							
ОК 36				+	+			+	+		+	+						+	+				+				+		+						
К 2			+	+	+			+	+	+		+			+		+	+	+	+			+						+	+					
ОК 37			+	+	+			+		+		+					+	+	+	+			+						+	+					
ОК 38				+	+								+										+		+										
ОК 39				+	+				+		+	+					+	+	+	+	+		+						+	+					
ОК 40				+	+				+												+							+	+						
П.1			+						+	+	+																								
П.2			+	+	+				+	+	+	+					+	+	+	+			+						+	+					
П.3			+	+	+				+	+	+	+					+	+	+	+			+						+	+					
П.4			+	+	+				+	+	+	+					+	+	+	+			+					+	+						
Кваліфікаційна робота			+	+	+	+	+	+		+		+			+		+	+	+	+	+	+	+	+			+		+						

Таблиця 4. Матриця забезпечення програмних результатів (ПР) навчання відповідними компонентами освітньої програми

Коди компонентів освітньої програми	Програмні результати																			
	ПРН 01	ПРН 02	ПРН 03	ПРН 04	ПРН 05	ПРН 06	ПРН 07	ПРН 08	ПРН 09	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19	ПРН 20
ОК 1					+						+									
ОК 2											+		+							
ОК 3				+		+						+					+			
ОК 4						+					+									
ОК 5	+					+										+	+		+	
ОК 6	+								+			+								
ОК 7									+		+			+	+					
ОК 8		+										+								
ОК 9	+	+									+					+				
ОК 10						+					+									
ОК 11		+																		+
ОК 12		+	+					+												
ОК 13			+	+				+												
ОК 14											+		+		+					
ОК 15		+									+		+							
ОК 16				+		+		+				+								
ОК 17						+					+								+	
ОК 18			+		+															
ОК 19	+			+	+	+		+	+			+			+			+		
ОК 20			+	+	+	+	+	+	+	+		+			+					
К 1			+	+												+	+		+	
ОК 21				+		+					+									
ОК 22			+		+		+				+									
ОК 23						+					+							+		
ОК 24					+	+						+								
ОК 25					+			+			+	+								
ОК 26			+					+	+	+										
ОК 27				+	+	+					+	+								
ОК 28			+	+		+		+	+	+	+					+				

Коди компонентів освітньої програми	Програмні результати																			
	ПРН 01	ПРН 02	ПРН 03	ПРН 04	ПРН 05	ПРН 06	ПРН 07	ПРН 08	ПРН 09	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19	ПРН 20
ОК 29	+	+										+			+					
ОК 30			+		+	+			+	+					+					
ОК 31				+	+	+		+				+								
ОК 32			+	+		+		+	+		+					+		+		
ОК 33			+	+			+					+					+	+		
ОК 34				+	+			+			+	+						+		
ОК 35			+	+	+	+		+									+			
ОК 36			+	+	+	+		+			+							+		
К 2			+	+	+	+						+				+	+		+	
ОК 37			+	+		+					+	+								
ОК 38			+					+	+					+			+			
ОК 39			+	+		+		+			+	+								
ОК 40			+						+		+		+	+						
П.1									+		+					+	+			
П.2			+	+	+	+	+				+	+				+	+			
П.3			+	+	+	+					+	+				+	+			
П.4			+	+	+	+	+	+			+	+				+	+			
Кваліфікаційна робота			+	+	+	+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	
ВП 1*																				+
ВП 2*																				+

\* - Для здобувачів вищої освіти денної форми здобуття освіти, які проходять базову загальновійськову підготовку.

## Список використаних джерел

1. Про освіту: Закон України (зі змінами). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>
3. Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова: наказ ХУУП імені Леоніда Юзькова від 29 березня 2023 року № 209/23. URL: <https://surl.li/bcqalv>
4. Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм: Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377.
5. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності: Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).
6. Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти: Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239
7. Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти: Наказ МОНУ від 13.06.2024 № 842. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>
8. 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>
9. Про військовий обов'язок і військову службу: Закон України від 25 березня 1992 року №2232-ХІІ (зі змінами) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2232-12#Text>
10. Про запровадження базової підготовки здобувачів освіти: Лист Міністерства освіти і науки України від 14.03.2025 № 1/4893-25. URL: [https://mon.gov.ua/npa/pro-zaprovadzhennia-bazovoi-pidhotovky-zdobuvachiv-osvity?fbclid=IwY2xjawJKa8FleHRuA2FlbQIxMQABHcBrtwpiLl-0TQc-1QZ2rsJEhy4t2qE-dpQ6L9cPzXCaGJykfcEIFSv\\_g\\_aem\\_DZatH0Roitwn-TNF6mmGiw](https://mon.gov.ua/npa/pro-zaprovadzhennia-bazovoi-pidhotovky-zdobuvachiv-osvity?fbclid=IwY2xjawJKa8FleHRuA2FlbQIxMQABHcBrtwpiLl-0TQc-1QZ2rsJEhy4t2qE-dpQ6L9cPzXCaGJykfcEIFSv_g_aem_DZatH0Roitwn-TNF6mmGiw)
11. Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських: Постанова Кабінету Міністрів від 21 червня 2024 р. №734. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF#Text>
12. Про основи національного спротиву: Закон України 16 липня 2021 року №1702-ІХ (зі змінами) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1702-20#Text>
13. Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку: професійний стандарт. URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-analitik-z-doslidzenna-tovarnogo-rinku>
14. Рекламист: професійний стандарт. URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/reklamist>
15. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог): професійний стандарт URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-z-metodiv-rozsirennia-rinku-zbutu-marketolog>
16. Про вищу освіту: Закон України (у редакції від 16.08.2024 р.) URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.