

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада Поліського

національного університету

протокол від «29» «04» 2026 № 9

Голова Вченої ради

Тетяна ЗІНЧУК

Освітня програма вводиться у дію

3.01 вересня 2026 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

MARKETING

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ освітньої програми

ВНЕСЕНО:

Кафедра менеджменту та маркетингу
протокол від «24» «квітня» 2026 № 20

ПРОЄКТНА ГРУПА:

Гарант ОП (керівник проєктної групи)
Буднік Ольга БУДНІК

Завідувач кафедри

Людмила Тарасович
Людмила ТАРАСОВИЧ

Члени проєктної групи

Віталій Зіновчук Віталій ЗІНОВЧУК, д.е.н, професор
Людмила Тарасович Людмила ТАРАСОВИЧ, к.е.н, доцент
Анастасія Ращенко Анастасія РАЩЕНКО, к.е.н, доцент

ПОГОДЖЕНО:

Навчально-методична комісія
факультету економіки та менеджменту

протокол від «27» «квітня» 2026 № 7

Голова навчально-методичної комісії

Оксана Прокопчук
Оксана ПРОКОПЧУК

Вчена рада факультету
економіки та менеджменту

протокол від «28» «квітня» 2026 № 7

Голова вченої ради факультету

Олександр Опалов
Олександр ОПАЛОВ

Проректор з освітньої діяльності
та молодіжної політики

Тетяна Усюк
Тетяна УСЮК

ПЕРЕДМОВА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікації бакалавр маркетингу розроблена на основі Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 – Маркетинг, який затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Розроблено проектною групою у складі:

ПІБ	Науковий ступінь, шифр та назва спеціальності	Вчене звання (за кафедрою)	Посада та назва (за основним місцем роботи)
Керівник проектної групи (гарант освітньої програми)			
БУДНІК Ольга	к.е.н., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)	доцент кафедри ЗЕД підприємств	доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Члени проектної групи			
ЗІНОВЧУК Віталій	д.е.н., 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК	професор кафедри ЗЕД підприємств	професор кафедри менеджменту та маркетингу
ТАРАСОВИЧ Людмила	к.е.н., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)	доцент кафедри маркетингу	завідувач кафедри менеджменту та маркетингу
РАЩЕНКО Анастасія	к.е.н., 08.00.06 – економіка природокористування та охорони навколишнього середовища	доцент кафедри екологічної безпеки та економіки природокористування	доцент кафедри менеджменту та маркетингу

Зовнішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньої програми:

Прізвище та ім'я	Науковий ступінь (за наявності), посада та назва організації (за основним місцем роботи)
БАГОРКА Марія	Завідувач кафедри маркетингу Дніпровського державного аграрно-економічного університету, д.е.н., професор.
КНЯЗЄВА Тетяна	Професор кафедри маркетингу Державного торговельно-економічного університету, д.е.н., професор.
ГАРМАТЮК Олена	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету ім. Павла Тичини, доктор філософії, доцент.
ЧУПРИНА Наталія	Виконавчий директор ГО «Об'єднання маркетологів України», д.е.н., професор.
СКРОБАЦЬКИЙ Радослав	Доктор наук, ад'юнкт Гнезнінської вищої школи «Міленіум», викладач маркетингу (Польща).
ГАГНІДЗЕ Вікторія	Директор ТОВ «ЕКОСЕТ УКРАЇНА», м. Житомир.
БАЛОЗЯН Ольга	Директор з розвитку мережі UMAKS MARKET ТОВ «Юмакс – Україна», м. Житомир.
АХМЕТОВ Ілляс	Директор ТОВ «АГЕНЦІЯ «ГУДВІЛЛ»», м. Житомир, к.е.н.
СІКОРСЬКА Ольга	Головний маркетолог ТОВ «ОЙКОС УКРАЇНА», м. Київ.
ЛПЕЦЬКА Анна	Маркетолог ТОВ «Бердичівський пивоварний завод».
ЄВДОЩУК Анатолій	Директор мережі магазинів ТОВ «Бірвілль».

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1.1 Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти	Поліський національний університет
Повна назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту та маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Форма здобуття освіти	денна
Назва кваліфікації	Бакалавр маркетингу
Цикл/рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень, НРК України – 6 рівень, EQF-LLL – 6 рівень, FQ-EHEA-перший цикл
Обсяг освітньої програми, – термін навчання, – передумови –	Обсяг освітньої програми: на базі повної загальної середньої освіти 240 кредитів ЄКТС (3 роки 10 місяців).
Термін дії освітньої програми	До 30 червня 2030 р.
Мова(и) викладання	українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://polissiauniver.edu.ua
1.2 Мета освітньої програми	
Формування у здобувачів вищої освіти здатності до інноваційного та креативного мислення шляхом провадження знань, умінь та практичних навиків, необхідних для формування конкурентоздатних фахівців сфери маркетингової діяльності нової формації, адаптивних до сучасних кон'юнктурних змін та глобалізаційних викликів.	
1.3 Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Теоретичний зміст предметної області формують поняття, категорії, теорії і концепції маркетингової активності; окреслюють специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, передбачають розробку маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними

	компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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	Освітньо-професійна програма орієнтована на здобуття професійних знань, умінь та навичок для успішного здійснення професійної та навчальної діяльності у сфері маркетингу.
Основний фокус освітньої програми	Акцент спрямовано на здатність розробити та впровадити управлінські рішення в маркетингову діяльність господарюючих суб'єктів на основі вивчення та врахування поведінкових особливостей споживачів й природи взаємодії контрагентів на ринках B2C, B2B, B2G при актуалізації екологічного тренду та маркетингової концепції розвитку територій. Ключові слова: маркетинг, управління маркетингом, екологічний маркетинг, комплекс маркетингу, стратегічний маркетинг, маркетинг територій.
Унікальність освітньої програми	Забезпечення багатoproфільної орієнтації та міждисциплінарної координації підготовки фахівців з маркетингу, спрямованої на формування здатності працювати в умовах конкурентних ринків з урахуванням євроінтеграційної перспективи. Ця освітня домінанта передбачає розвиток у здобувачів вищої освіти спектру компетентностей щодо сучасних маркетингових трендів – цифровізації, міжнародної орієнтації бізнесу, екологічної пріоритетності та територіально-регіональної орієнтованості.
1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах різних організаційно-правових форм та усіх видів економічної діяльності. Випускник здатний виконувати професійну роботу на посадах (професіях) згідно із чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій ДК 003:2010 зі змінами та доповненнями, відповідно до якого виділяються такі посади: 1233 керівники підрозділів маркетингу (директор з маркетингу, комерційний директор, начальник відділу збуту (маркетингу) 1233.1, начальник комерційного відділу 1233.65); 1234 керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1235 керівники підрозділів матеріально-технічного постачання; 1314 керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі: 1314.65 директор (керівник) малої торговельної фірми; 1314.65 керуючий магазином; 1317 директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної тощо); 1317.65 керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним тощо); 14 менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів:

	1451 менеджер (управитель) в торгівлі транспортними засобами; 1452 менеджер (управитель) в оптовій торгівлі; 1453 менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами: 1453.1 менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими товарами та їх ремонті, 1453.2 менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами; 1454 менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами, 1475.4 менеджер (управитель) з логістики, 1475.4 менеджер (управитель) з маркетингу, 1475.4 менеджер (управитель) з постачання, 1475.4 менеджер (управитель) зі збуту, 1475.4 менеджер (управитель) зі зв'язків з громадськістю, 1476.1 менеджер (управитель) з реклами 2419 професіонал у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності: 2419.2 економіст зі збуту, консультант з: ефективності підприємництва, методів розширення ринку збуту, логіст, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 3415 технічні та торговельні представники: 3415.1 Агент, Агент комерційний, агент торговельний, комівоєжер, мерчендайзер, 3415.65 представник торговельний; 3419 інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі: 3419 організатор з постачання, 3419.18 організатор зі збуту; 3436 помічники керівників 3436.1.76 помічник керівника підприємства (установи, організації).
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти та набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти.
1.5 Викладання, навчання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, індивідуальна траєкторія навчання, дистанційне навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання через проведення практик на підприємствах, в підприємницьких структурах та державних установах. Навчання проводиться у вигляді лекцій, практичних занять, практичних тренінгів, самостійної роботи, індивідуальних занять, консультацій.
Оцінювання	Поточний контроль (усне та письмове опитування, тестування, оцінювання виконання практичних завдань і самостійної роботи); періодичний контроль (модульна контрольна робота); підсумковий контроль (залік, екзамен).
1.6 Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, на основі застосування комплексу маркетингових методів і прийомів в умовах невизначеності.
Загальні	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена

компетентності (ЗК)	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 державною та 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 недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	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 інноваційної 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. <i>Додаткові спеціальні компетентності, визначені освітньою програмою</i> СК15. Здатність провадити маркетингову діяльність на засадах екологічної свідомості бізнесу з урахуванням трансформації поведінки споживача щодо культури споживання в рамках екологічного тренду.
--	--

1.7 Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

РН19. Здатність продукувати стратегічні рішення в усіх сферах маркетингової діяльності без проявів недоброчесності та корупції.

Додаткові програмні результати навчання, визначені освітньою програмою

РН20. Демонструвати розуміння концепції сталого розвитку в площині прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, актуалізації екологічного тренду поведінки споживача та принципів маркетингової парадигми розвитку територій.

1.8 Академічна мобільність

Внутрішня академічна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Поліським національним університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна академічна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Поліським національним університетом та закладами вищої освіти країн-партнерів.

1.9 Обсяг кредитів ECTS, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Обсяг освітньої програми бакалавра 240 кредитів ЄКТС

Для здобуття освітнього ступеня бакалавра визнається та перезараховується:

- - не більше 120 кредитів ЄКТС отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) за спеціальністю 075 Маркетинг,
- - не більше 60 кредитів ЄКТС отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) за іншими спеціальностями;
- - не більше ніж 60 кредитів ЄКТС на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр», отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти

Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

Код компо- ненти	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти освітньої програми			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Історія та культура України	3,0	залік
ОК 2	Ділова українська мова	4,0	залік
ОК 3	Ділова іноземна мова	9,0	залік / екзамен
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	10,0	залік / екзамен
ОК 5	Фізичне виховання	3,0	залік
ОК 6	Економічна теорія, мікро- та макроекономіка	4,0	екзамен
ОК 7	Філософія	3,0	залік
ОК 8	Психологія	4,0	екзамен
ОК 9	Правознавство	4,0	залік
ОК 10	Інформаційні технології	5,0	екзамен
ОК 11	Економіко-математичні методи і моделі	4,0	залік
ОК 12	Антикорупція та доброчесність	3,0	залік
ОК 13	Основи національного спротиву	5,0	диф.залік
Разом за циклом загальної підготовки		62,0	
Цикл професійної підготовки			
ОК 14	Вступ до спеціальності	5,0	екзамен
ОК 15	Економіка підприємства	4,0	екзамен
ОК 16	Менеджмент	5,0	екзамен
ОК 17	Маркетингові дослідження	5,0	екзамен
ОК 18	Поведінка споживача та UX-аналітика	5,0	екзамен
ОК 19	Маркетингова товарна політика	4,0	екзамен
ОК 20	Маркетингова політика розподілу	5,0	екзамен
ОК 21	E-commerce в маркетингу	4,0	залік
ОК 22	Міжнародна економіка	4,0	залік
ОК 23	Статистика та аналіз даних	4,0	залік
ОК 24	Фінанси та страхування в маркетингу	4,0	залік
ОК 25	Маркетингове ціноутворення	5,0	екзамен
ОК 26	Digital-маркетинг	5,0	екзамен
ОК 27	Маркетингова комунікаційна політика	4,0 / 1,0	екзамен, к. р.
ОК 28	Бренд-маркетинг	4,0	екзамен
ОК 29	Маркетинг послуг	4,0	залік
ОК 30	Маркетинговий дизайн	4,0	екзамен
ОК 31	Соціально-відповідальний та екологічний маркетинг	5,0	екзамен
ОК 32	Міжнародний маркетинг	5,0 / 1,0	екзамен, к. п.
ОК 33	B2B-маркетинг	4,0	залік
ОК 34	Маркетинг територій	4,0	екзамен
ОК 35	Стратегічний маркетинг	4,0	екзамен
ОК 36	Аудит маркетингової діяльності	4,0	екзамен
ОК 37	Основи наукових досліджень	4,0	залік
Разом за циклом професійної підготовки		102,0	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		164,0	

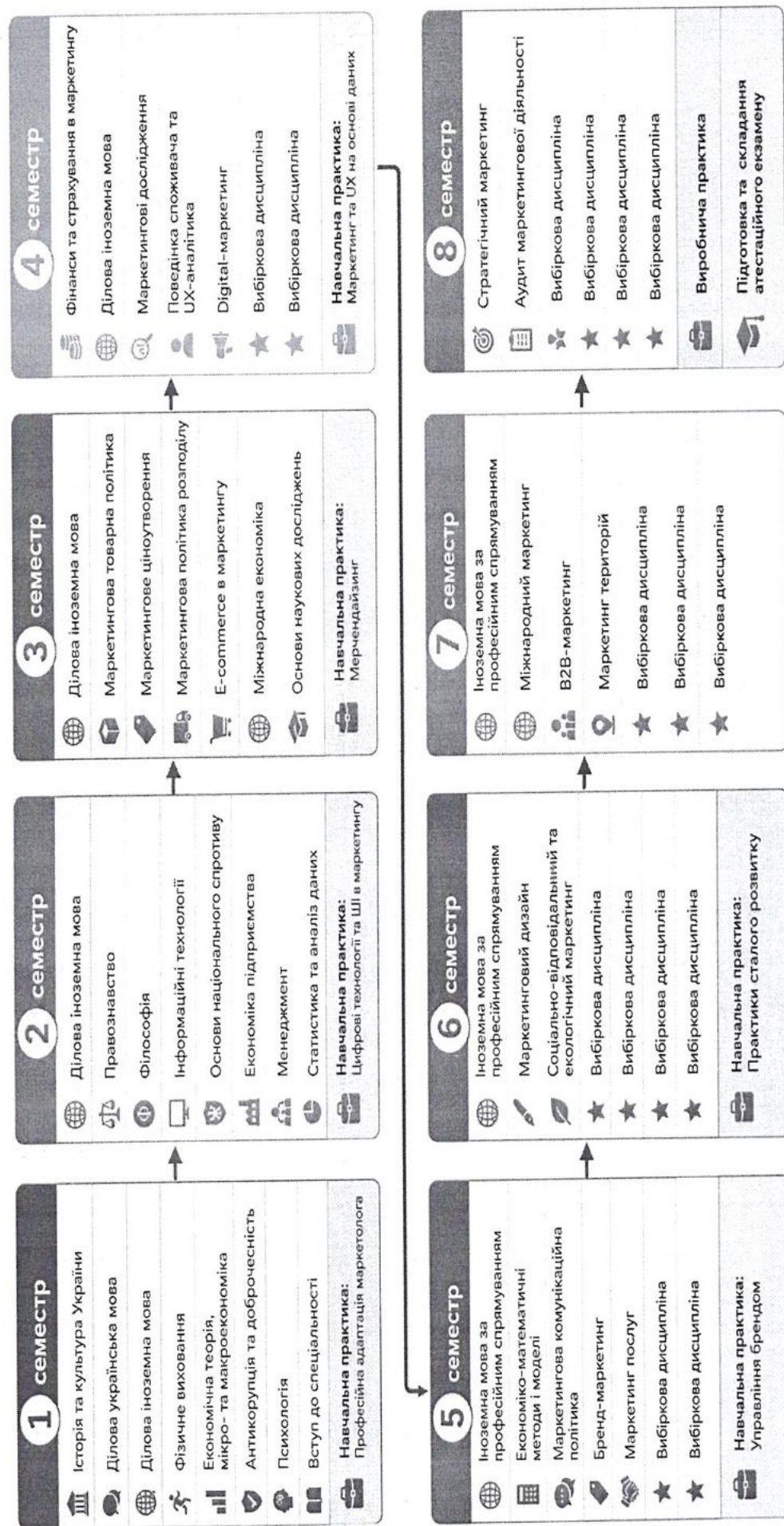
2. Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Загальний обсяг вибірових компонент			60,0
3. Практична підготовка			
НП 38	Професійна адаптація маркетолога	2,0	диф. залік
НП 39	Мерчандайзинг	2,0	диф. залік
НП 40	Цифрові технології та ШІ в маркетингу	2,0	диф. залік
НП 41	Маркетинг та UX на основі даних	2,0	диф.залік
НП 42	Управління брендом	2,0	диф. залік
НП 43	Практики сталого розвитку	2,0	диф. залік
Практика на виробництві			
ВП 44	Виробнича практика	4,0	захист звіту
Разом		4,0	
Загальний обсяг практичної підготовки		14,0	
4. Атестація			
А 45	Підготовка та складання атестаційного екзамену	2,0	екзамен
Разом		2,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			240

2.2. Структурно-логічна схема послідовності вивчення компонент освітньо-професійної програми

Код компоненти	Назва дисципліни	Кількість кредитів, ЄКТС	Загальний обсяг, год	Форма підсумкового контролю
1-й семестр				
ОК 1	Історія та культура України	3,0	90	залік
ОК 2	Ділова українська мова	4,0	120	залік
ОК 3	Ділова іноземна мова	3,0	90	залік
ОК 5	Фізичне виховання	3,0	60	залік
ОК 6	Економічна теорія, мікро- та макроекономіка	4,0	150	екзамен
ОК 12	Антикорупція та доброчесність	3,0	90	залік
ОК 8	Психологія	4,0	120	екзамен
ОК 14	Вступ до спеціальності	4,0	120	екзамен
НП 38	Професійна адаптація маркетолога	2,0	60	диф.залік
	Всього у 1-му семестрі	30,0	900	
2-й семестр				
ОК 3	Ділова іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 9	Правознавство	4,0	120	залік
ОК 7	Філософія	3,0	90	залік
ОК 10	Інформаційні технології	4,0	120	екзамен
ОК 13	Основи національного спротиву	5,0	150	диф.залік
ОК 15	Економіка підприємства	4,0	120	екзамен
ОК 16	Менеджмент	4,0	120	екзамен
ОК 23	Статистика та аналіз даних	3,0	90	залік
НП 39	Цифрові технології та ІІІ в маркетингу	2,0	60	диф. залік
	Всього у 2-му семестрі	30,0	900	
3-й семестр				
ОК 3	Ділова іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 19	Маркетингова товарна політика	4,0	120	екзамен
ОК 25	Маркетингове ціноутворення	4,0	120	екзамен
ОК 20	Маркетингова політика розподілу	5,0	150	екзамен
ОК 21	Е-commerce в маркетингу	4,0	120	залік
ОК 22	Міжнародна економіка	4,0	120	залік
ОК 37	Основи наукових досліджень	4,0	120	залік
НП 40	Мерчендайзинг	2,0	60	диф.залік
	Всього у 3-му семестрі	30,0	900	
4-й семестр				
ОК 24	Фінанси та страхування в маркетингу	4,0	120	залік
ОК 3	Ділова іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 17	Маркетингові дослідження	4,0	120	залік
ОК 18	Поведінка споживача та UX-аналітика	5,0	150	екзамен
ОК 26	Digital-маркетинг	5,0	150	екзамен
ВД 1	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 2	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
НП 41	Маркетинг та UX на основі даних	2,0	60	диф. залік
	Всього у 4-му семестрі	30,0	900	
5 семестр				
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3,0	90	залік
ОК 11	Економіко-математичні методи і моделі	4,0	120	залік

ОК 11	Економіко-математичні методи і моделі	4,0	120	залік
ОК 27	Маркетингова комунікаційна політика	4,0 1,0	120 30	екзамен, к.р.
ОК 28	Бренд-маркетинг	4,0	120	екзамен
ОК 29	Маркетинг послуг	4,0	120	залік
ВД 3	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 4	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
НП 42	Управління брендом	2,0	60	диф. залік
	Всього у 5-му семестрі	30,0	900	
6 семестр				
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3,0	90	залік
ОК 30	Маркетинговий дизайн	4,0	120	екзамен
ОК 31	Соціально-відповідальний та екологічний маркетинг	5,0	150	екзамен
ВД 5	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 6	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 7	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 8	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
НП 43	Практики сталого розвитку	2,0	60	диф. залік
	Всього у 6-му семестрі	30,0	900	
7-й семестр				
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	4,0	120	екзамен
ОК 32	Міжнародний маркетинг	5,0 1,0	150 30	екзамен, к. п.
ОК 33	В2В-маркетинг	4,0	120	залік
ОК 34	Маркетинг територій	4,0	120	екзамен
ВД 9	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 10	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 11	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
	Всього у 7-му семестрі	30,0	900	
8 семестр				
ОК 35	Стратегічний маркетинг	4,0	120	екзамен
ОК 36	Аудит маркетингової діяльності	4,0	120	екзамен
ВД 12	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 13	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 14	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВД 15	Вибіркова дисципліна	4,0	120	залік
ВП 44	Виробнича практика	4,0	120	захист звіту
АТ 45	Підготовка та складання атестаційного екзамену	2,0	60	екзамен
	Всього у 8-му семестрі	30,0	900	
	Всього	240	7200	

2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»



3. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів кваліфікації бакалавра маркетингу здійснюється у формі атестаційного екзамену.
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою.

4. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Положення про організацію освітнього процесу Поліського національного університету, Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти Поліського національного університету, в Університеті функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.	
Принципи та процедури забезпечення якості вищої освіти	Принципи забезпечення якості вищої освіти: – відповідність національним та європейським стандартам якості вищої освіти; – автономність університету як відповідального за забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти; – системність та процесний підхід до управління якістю освітнього процесу; – комплексність в управлінні процесом контролю якості освітньої діяльності та вищої освіти; – системність у здійсненні моніторингових процедур з якості освітньої діяльності та вищої освіти; – безперервність підвищення якості освітньої діяльності та вищої освіти. Процедури забезпечення якості вищої освіти: – здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійної програми; – щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб; – забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників; – забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів за освітньо-професійною програмою; – забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; – забезпечення публічності інформації про освітньо-професійну програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію; – забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату; – інші процедури та заходи.
Моніторинг та періодичний	Періодичний перегляд освітньо-професійної програми здійснюється за критеріями, які формуються у результаті зворотного зв'язку із

перегляд освітньо-професійної програми	науково-педагогічними працівниками, здобувачами, випускниками, роботодавцями та іншими стейкхолдерами, а також внаслідок прогнозування розвитку галузі, потреб суспільства.
Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти	Система оцінювання здобувачів вищої освіти включає здійснення таких контрольних заходів: вхідного, поточного, модульного, підсумкового та відстроченого контролю.
Щорічне оцінювання науково-педагогічних працівників	Оцінювання науково-педагогічних працівників проводиться на підставі ключових показників, визначених з урахуванням їх посадових обов'язків (виконання навчальної, методичної, наукової, організаційної роботи та інших трудових обов'язків).
Підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників	Педагогічні і науково-педагогічні працівники підвищують кваліфікацію та проходять стажування в Україні або за кордоном не рідше одного разу на п'ять років. В університеті реалізуються власні програми підвищення кваліфікації (семінари, тренінги, вебінари, «круглі столи» тощо). Працівникам, які пройшли стажування або підвищення кваліфікації, видається відповідний документ.
Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу	Ресурсами для організації освітнього процесу за освітньою програмою є: – навчальний план; – робочі плани; – індивідуальні навчальні плани здобувачів вищої освіти; – робочі програми навчальних дисциплін; – силабуси навчальних дисциплін; – програми навчальної, виробничої та інших видів практик; – інші ресурси (підручники і навчальні посібники; інструктивно-методичні матеріали до семінарських, практичних і лабораторних занять; завдання для самостійної роботи тощо). Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності дотримуються вимоги до кадрового, матеріально-технічного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності.
Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Ефективному управлінню освітньою діяльністю сприяють: – Єдина державна електронна база з питань освіти; – пакет «Деканат», який включає модуль «Навчальний план», модуль «Навчальний процес», модуль «Розклад»; електронний журнал; – система дистанційного навчання на платформі Moodle для організації самостійної роботи студентів; – електронний архів; – кампусна комп'ютерна мережа, яка складається з 2 корпоративних мереж, що включають 7 локальних мереж і 36 точок бездротового доступу до мережі Інтернет; – інші інформаційні системи.
Забезпечення публічності інформації про освітньо-професійну програму, ступінь вищої	Публічність інформації про освітньо-професійну програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію забезпечується через: – оприлюднення інформації на офіційному веб-сайті Університету; – розміщення інформації на інформаційних стендах; – в інший спосіб відповідно до чинного законодавства.

освіти та

кваліфікацію

Забезпечення
дотримання
академічної
добročесності

Процедури та заходи забезпечення дотримання академічної доброчесності:

- дотримання вимог Положення про академічну доброчесність, запобігання та виявлення плагіату в університеті;
- проведення комплексу відповідних профілактичних заходів в університеті;
- здійснення контролю за дотриманням академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі шляхом перевірки на плагіат, із використанням відповідної програми, кваліфікаційних робіт, дисертацій, монографій, підручників і посібників, рукописів статей і тез доповідей, курсових робіт (проектів) тощо;
- у разі виявлення академічного плагіату автори несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства.

5. Матриця відповідності програмних компонентностей освітньо-професійної програми

[illegible]

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідним компонентам освітньої програми

	Навчальна компонента	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
OK 1	Історія та культура України										+					+		+			
OK 2	Ділова українська мова										+							+			
OK 3	Ділова іноземна мова										+			+				+			
OK 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням										+			+			+				
OK 5	Фізичне виховання												+				+				
OK 6	Економічна теорія, мікро- та макроекономіка	+	+			+															
OK 7	Філософія		+										+						+		
OK 8	Психологія					+					+				+					+	
OK 9	Правознавство															+					
OK 10	Інформаційні технології							+													
OK 11	Економіко-математичні методи і моделі		+		+															+	
OK 12	Антикорупція та доброчесність															+					
OK 13	Основи національного спротиву																+				
OK 14	Вступ до спеціальності	+										+						+			
OK 15	Економіка підприємства			+			+								+	+					
OK 16	Менеджмент						+								+	+					
OK 17	Маркетингові дослідження				+	+			+												
OK 18	Поведінка споживача та UX-аналітика					+			+												
OK 19	Маркетингова товарна політика			+			+														
OK 20	Маркетингова політика розподілу			+			+														
OK 21	E-commerce в маркетингу							+	+												
OK 22	Міжнародна економіка		+			+						+									
OK 23	Статистика та аналіз даних				+				+												
OK 24	Фінанси та страхування				+					+											
OK 25	Маркетингове ціноутворення				+					+											
OK 26	Digital-маркетинг							+	+			+									
OK 27	Маркетингова комунікаційна політика										+				+			+			
OK 28	Бренд-маркетинг			+							+	+									+
OK 29	Маркетинг послуг					+	+											+			
OK 30	Маркетинговий дизайн										+								+		
OK 31	Соціально-відповідальний та екологічний маркетинг															+			+		+
OK 32	Міжнародний маркетинг		+			+						+									+
OK 33	B2B-маркетинг					+						+									+
OK 34	Маркетинг територій											+								+	+
OK 35	Стратегічний маркетинг		+				+			+											
OK 36	Аудит маркетингової діяльності											+									
OK 37	Основи наукових досліджень				+						+							+			
НП 38	Професійна адаптація маркетолога													+	+			+			
НП 39	Мерчандайзинг			+			+														
НП 40	Цифрові технології та ШІ в маркетингу							+	+						+					+	
НП 41	Маркетинг та UX на основі даних						+		+						+						
НП 42	Управління брендами					+			+							+			+		+
НП 43	Практики сталого розвитку												+		+	+					
ВП 44	Виробнича практика				+	+							+		+	+					
A 45	Підготовка і складання атестаційного екзамену	+		+			+		+	+					+		+				

Гарант освітньо-професійної програми



Ольга БУДНІК