

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ**

**ПРОЄКТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»**

**першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 - Управління та адміністрування  
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
*вченою радою університету*

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_  
(протокол № \_\_\_\_\_ )

*Освітня програма  
вводиться в дію з \_\_\_\_\_*

*Ректор \_\_\_\_\_ Крижанівський Є. І.*

(наказ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ )

**Івано-Франківськ  
2023 р.**

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою інституту економіки та менеджменту кафедри підприємництва та маркетингу зі спеціальності № 075 «Маркетинг»

### СКЛАД РОБОЧОЇ ГРУПИ

| Склад                               | Науковий ступінь, вчене звання,  | Посада   | ПІБ   | Підпис |
|-------------------------------------|--|--|---|--------|
| <b>Голова<br/>робочої<br/>групи</b> | доктор економічних наук,<br>диплом ДД № 003893, доцент<br>кафедри обліку і аудиту, атестат<br>доцента 02 ДЦ № 011842,<br>професор кафедри підприємництва<br>та маркетингу, атестат професора<br>АП №001171 | Доцент<br>кафедри<br>підприємництва<br>та маркетингу<br>(гарант<br>програми) | <b>Даляк Надія<br/>Анатоліївна</b>                |        |
| <b>Члени<br/>робочої<br/>групи</b>  | доктор економічних наук,<br>диплом ДД № 003893, доцент<br>кафедри обліку і аудиту, атестат<br>доцента 02 ДЦ № 011842,<br>професор кафедри підприємництва<br>та маркетингу, атестат професора<br>АП №001171 | завідувачка<br>кафедри<br>підприємництва<br>та маркетингу                    | <b>Перевозова Ірина<br/>Володимирівна</b>         |        |
|                                     | кандидат економічних наук,<br>диплом ДК №040387, доцент<br>кафедри підприємництва та<br>маркетингу, атестат доцента АД<br>№ 003504   | Доцент<br>кафедри<br>підприємництва<br>та маркетингу                         | <b>Обельницька<br/>Христина<br/>Володимирівна</b> |        |
|                                     | кандидат економічних наук,<br>диплом ДК № 017670, доцент<br>кафедри теорії економіки та<br>управління, атестат доцента<br>12ДЦ № 042835  | Доцент<br>кафедри<br>підприємництва<br>та маркетингу                         | <b>Побігун Сергій<br/>Андрійович</b>              |        |

Програма погоджена з вченою радою інституту економіки та менеджменту, схвалена науково-методичною радою та затверджена вченою радою Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

# **ЗМІСТ**

## **Передмова**

### **I. Профіль освітньої (освітньо-професійної) програми**

Розділ 1. Загальна інформація

Розділ 2. Мета освітньої (освітньо-професійної) програми

Розділ 3. Характеристика освітньої (освітньо-професійної) програми

Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Розділ 5. Викладання та оцінювання

Розділ 6. Програмні компетентності

Розділ 7. Програмні результати навчання

Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Розділ 9. Академічна мобільність

### **II. Перелік компонент освітньої (освітньо-професійної) програми та їх логічна послідовність**

2.1. Перелік компонент ОП

2.2. Структурно-логічна схема ОП

### **III. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

### **IV. Матриці відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої (освітньо-професійної) програми**

### **V. Матриці забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої (освітньо-професійної) програми**

### **VI. Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

### **VII. Перелік нормативних документів, на яких базується ОПП**

## 1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності № 075 «Маркетинг»

| <b>1 - Загальна характеристика</b>  |  |
|---|--|
| <b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>  | Підготовка фахівців на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 075 “Маркетинг” здійснюється в Інституті економіки та менеджменту ІФНТУНГ. Випускаюча кафедра – підприємництва та маркетингу.   |
| <b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>   | Бакалавр з маркетингу  |
| <b>Офіційна назва освітньої (освітньо-професійної) програми</b>   | Маркетинг  |
| <b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>  | Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців або 120/180 кредитів на підставі освітнього ступеня молодшого бакалавра.<br>Для здобуття освітнього ступеня бакалавра на основі освітнього ступеня молодшого бакалавра (ОКР молодшого спеціаліста) або на основі фахової перед вищої освіти визнаються та перезараховуються кредити ЄКТС, максимальний обсяг яких визначається стандартом вищої освіти.  |
| <b>Наявність акредитації</b>  |  |
| <b>Цикл/рівень</b>  | FQ-ЕНЕА - перший цикл; EQF-LLL - рівень 6; НРК України – шостий кваліфікаційний рівень   |
| <b>Передумови</b>   | Наявність повної загальної середньої освіти  |
| <b>Мова викладання</b>  | Українська   |
| <b>Термін дії освітньої програми</b>  | до закриття в установленому порядку  |
| <b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої (освітньо-професійної) програми</b>  | <a href="https://www.nung.edu.ua/">https://www.nung.edu.ua/</a><br><a href="http://nung.edu.ua/department/нв/07-освітні-програми">http://nung.edu.ua/department/нв/07-освітні-програми</a>   |
| <b>2 - Мета освітньо-професійної програми</b>   |  |
| Основною метою освітньої діяльності Університету за спеціальністю 075 «Маркетинг» за освітнім рівнем освіти бакалавр є професійна підготовка фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. |  |
| <b>3 – Характеристика освітньої програми</b>  |  |
| <b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізації)</b>   | Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.<br>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.<br>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Основні предмети: Мікроекономіка, Макроекономіка, Вища математика, Дослідження операцій, Теорія ймовірності і математична статистика, Оптимізаційні методи і моделі, Економетрика, Інформаційні технології в маркетингу, Безпека життєдіяльності та цивільний захист, Основи охорони праці, Інфраструктура ринків, Основи маркетингової діяльності, Маркетинг-статистика, Менеджмент, Маркетинг, Фінанси, гроші та кредит, Бухгалтерський облік і аудит, Податки та податкова система, Інформаційні системи і технології в маркетинговій діяльності, Маркетингова комунікаційно-збутова політика, Управлінська економіка, Контроль в маркетингу, Управління маркетинговими витратами і бізнес-планування, Маркетингові дослідження, Реклама і PR, Digital-маркетинг, Управління маркетинговими проектами, Маркетингові стратегії, Формування маркетингового контенту</p> |
| <b>Орієнтація освітньої програми</b>  | <p>Освітньо-професійна підготовка бакалавра має прикладний характер; структура програми передбачає динамічне, інтегративне та інтерактивне навчання.</p> <p>Бакалавр з маркетингу повинен бути готовим до професійної діяльності в галузі дослідження функціонування складних соціально-економічних систем та виробничо-підприємницьких структур на ринку, синтезу систем управління та комплексного аналізу їх діяльності з метою виявлення резервів підвищення ефективності їх діяльності.</p>  |
| <b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>                     | <p>Загальна програма: «Маркетинг»</p> <p>Ключові слова: маркетинг, реклама, збутова політика, цінова політика, товари, послуги</p>  |
| <b>Особливості програми</b>   | <p>Програма охоплює дисципліни, що передбачають поєднання теоретичних аспектів із практичними прикладами майбутньої діяльності, що дозволяє студентам набути необхідних навичок. Передбачена практика у галузевих маркетингових та виробничих підприємствах. Результатом діяльності бакалавра з маркетингу буде створення, накопичення та системний аналіз інформаційних ресурсів, наукових знань і практичних навичок у галузі оцінювання результатів маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, соціально-економічних систем різних рівнів та органів державної влади, перетворення цих ресурсів і знань у відповідні управлінські рішення щодо забезпечення ефективності їх діяльності на всіх стадіях циклу функціонування.</p>   |
| <b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b> |   |
| <b>Придатність до працевлаштування</b>  | <p>Випускники здатні виконувати професійну роботу в різних підрозділах підприємств та організацій усіх форм власності та організаційно-правових форм.</p> <p>Фахівець має бути підготовлений до роботи в таких галузях економіки за КВЕД-2010:</p> <p>Секція G: Оптова та роздрібна торгівля; (розділ 45 - Оптова та</p>  |

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
|                                     | <p>роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт; розділ 46 - оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами; розділ 47 - роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами);</p> <p>Секція L: Операції з нерухомим майном (розділ 68 – Операції з нерухомим майном)</p> <p>Секція M: Професійна, наукова та технічна діяльність розділ 73 – Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку, розділ 74.90 – Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у.)</p> <p>Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою бакалавр з маркетингу здатен виконувати зазначену в Національному класифікаторі України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 професійну роботу і може займати відповідну первинну посаду за категоріями відповідно до Розділу 3. Фахівці, а саме:</p> <p>3213 Консультанти в сільському, лісовому, водному господарствах та в природно-заповідній справі</p> <p>3415 Технічні та торговельні представники</p> <p>3416 Закупники</p> <p>341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі</p> <p>342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери</p> <p>343 Технічні фахівці в галузі управління</p> <p>3436 Помічники керівників</p> <p>3479 Інші фахівці у сфері культури та мистецтва</p> <p>359 Інші фахівці в галузі харчової та переробної промисловості</p> <p>Таким чином бакалавр з маркетингу може бути працевлаштований на посаду:</p> <p>керівник маркетингової служби підприємства, маркетолог, мерчендайзер, промоутер, PR-менеджер, ринковий аналітик, Помічник директора малого підприємства за видами економічної діяльності, з надання послуг (консалтингової, страхової, рекламної тощо); помічник керівника агентства: страхового, нерухомості, рекламного тощо; помічник директора малої торговельної фірми; керівник магазину; комерсант; завідувач торговельного залу; менеджер у роздрібній та оптовій торгівлі; менеджер ресторану, кафе, бару, підприємств з приготування та доставки готових страв.</p> |
| <b>Подальше навчання</b>            | <p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти / восьмий кваліфікаційний рівень Національної рамки кваліфікацій, на отримання післядипломної освіти, підвищення кваліфікації, академічної мобільності</p>   |
| <b>5 - Викладання та оцінювання</b> |  |
| <b>Викладання та навчання</b>       | <p>Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Лекційні курси поєднуються з лабораторними і практичними заняттями, семінарами, диспутами, «мозковими штурмами». Навчання відбувається в невеликих академічних групах</p>  |
| <b>Оцінювання</b>                   | <p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системами.</p> <p>Форми контролю: усне та письмове опитування та екзамени, тестові завдання в тому числі комп'ютерне тестування, лабораторні звіти, презентації, захист курсових робіт та проєктів, звітів з практик, державний екзамен.</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 (ЗК)</b>            | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> |
| <b>Спеціальні (фахові компетентності) (СК)</b> | <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>  |
| <b>7 - Програмні результати навчання</b> |   |
| Когнітивна<br>(пізнавальна сфера)        | <p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> |



| <b>8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>    |  |
|---|--|
| <b>Кадрове забезпечення</b>                             | <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники університету з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти, представники роботодавців.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>Проведення лекцій з навчальних дисциплін науково-педагогічними (науковими) працівниками відповідної спеціальності за основним місцем роботи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) які мають науковий ступінь та/або вчене звання - 100%</li> <li>2) які мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора - 33%.</li> </ol> <p>Проведення лекцій з навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, науково-педагогічними (науковими) працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом: дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом - 75%.</p> <p>Забезпечується проведення лекцій, практичних, семінарських та лабораторних занять, здійснення наукового керівництва курсовими, дипломними роботами (проектами), дисертаційними дослідженнями науково-педагогічними (науковими) працівниками, рівень наукової та професійної активності кожного з яких засвідчується відповідними документами державного зразка.</p> |
| <b>Матеріально-технічне забезпечення</b>                | <p>Виконання програм навчальних дисциплін забезпечується матеріально-технічним оснащенням кабінетів, мультимедійної аудиторії.</p> <p>Площа загального аудиторного фонду кафедри 99,2 м<sup>2</sup> в т.ч. лекційних (ауд. 3214) – площа 46,2 м<sup>2</sup> лабораторних – немає, кабінетів адмінприміщень (ауд.3226) - площа 53,0 м<sup>2</sup></p>   |
| <b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b> | <p>Кожна дисципліна навчального плану здобувачів вищої освіти ОПП «Маркетинг» ступеня бакалавр на 100% забезпечена комплексом навчально-методичного забезпечення дисциплін навчального плану та навчальними матеріалами (підручниками, навчальними посібниками, конспектами лекцій, довідниками, стандартами згідно з переліком рекомендованої літератури або їх електронними варіантами з дотриманням вимог законодавства про інтелектуальну власність). Для деяких навчальних дисциплін розроблено матеріали лише в електронній формі.</p> <p>Наявність офіційного веб-сайту ІФНТУНГ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність - <a href="http://www.nung.edu.ua">http://www.nung.edu.ua</a></p> <p>Наявність електронного ресурсу закладу освіти, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану, в тому числі в системі дистанційного навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- електронна бібліотека <a href="http://library.nung.edu.ua/">http://library.nung.edu.ua/</a>;</li> <li>- центр дистанційного навчання <a href="http://dn.nung.edu.ua/">http://dn.nung.edu.ua/</a>;</li> <li>- наявність науково-методичних комплексів по дисциплінах.</li> </ul>   |
| <b>9 - Академічна мобільність</b>                       |  |
| <b>Національна кредитна мобільність</b>                 | <p>Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших університетах України, за умови відповідності їх набутих компетентностей.</p>  |
| <b>Міжнародна кредитна мобільність</b>                  | <p>Взаємозамінність залікових кредитів, участь у програмі подвійного дипломування та закордонного стажування в Поморській академії (м. Слупськ, Республіка Польща). На основі двосторонніх договорів між ЗВО та університетами України</p>   |
| <b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>       | <p>Можливе на загальних умовах</p>   |

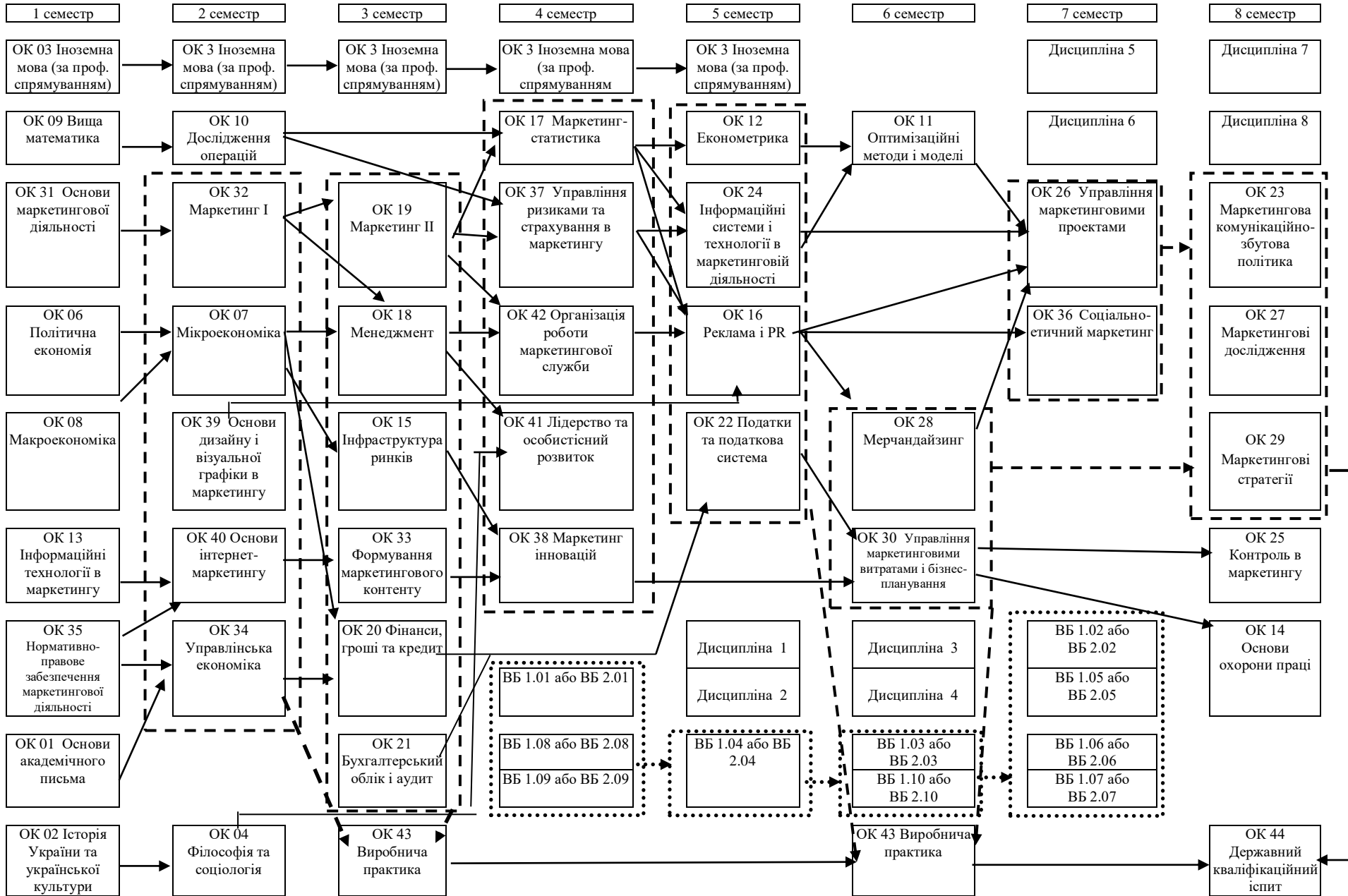
## II. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОП

| Код н/д                   | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю            |
|---------------------------|---|--------------------|--|
| 1                         | 2   | 3                  | 4                                      |
| Обов'язкові компоненти ОП |   |                    |  |
| ОК 01                     | Основи академічного письма  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 02                     | Історія України та української культури   | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 03                     | Іноземна мова (за професійним спрямуванням)   | 15                 | Диференційовані заліки, Іспит          |
| ОК 04                     | Філософія та соціологія   | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 05                     | Фізичне виховання   |                    | Диференційовані заліки                 |
| ОК 06                     | Політична економія  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 07                     | Мікроекономіка  | 5                  | Диференційований залік, Курсова робота |
| ОК 08                     | Макроекономіка  | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 09                     | -вища математика  | 4                  | Диференційований залік                 |
| ОК 10                     | -дослідження операцій   | 4                  | Диференційований залік                 |
| ОК 11                     | -оптимізаційні методи і моделі  | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 12                     | - економетрика  | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 13                     | Інформаційні технології в маркетингу  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 14                     | Основи охорони праці  | 3                  | Іспит                                  |
| ОК 15                     | Інфраструктура ринків   | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 16                     | Реклама і PR  | 7                  | Іспит, Курсовий проект                 |
| ОК 17                     | Маркетинг-статистика  | 5                  | Іспит, Курсова робота                  |
| ОК 18                     | Менеджмент  | 3                  | Іспит                                  |
| ОК 19                     | Маркетинг II  | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 20                     | Фінанси, гроші та кредит  | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 21                     | Бухгалтерський облік і аудит  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 22                     | Податки та податкова система  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 23                     | Маркетингова комунікаційно-збутова політика   | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 24                     | Інформаційні системи і технології в маркетинговій діяльності  | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 25                     | Контроль в маркетингу   | 4                  | Диференційований залік                 |
| ОК 26                     | Управління маркетинговими проектами   | 5                  | Іспит, Курсовий проект                 |
| ОК 27                     | Маркетингові дослідження  | 6                  | Іспит, Курсовий проект                 |
| ОК 28                     | Мерчандайзинг   | 3                  | Іспит                                  |
| ОК 29                     | Маркетингові стратегії  | 6                  | Іспит                                  |
| ОК 30                     | Управління маркетинговими витратами і бізнес-планування   | 4                  | Диференційований залік, курсова робота |
| ОК 31                     | Основи маркетингової діяльності   | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 32                     | Маркетинг I   | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 33                     | Формування маркетингового контенту  | 5                  | Іспит, курсова робота                  |
| ОК 34                     | Управлінська економіка  | 4                  | Диференційований залік                 |
| ОК 35                     | Нормативно-правове забезпечення маркетингової діяльності  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 36                     | Соціально-етичний маркетинг   | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 37                     | Управління ризиками та страхування в маркетингу   | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 38                     | Маркетинг інновацій   | 4                  | Іспит                                  |
| ОК 39                     | Основи дизайну і візуальної графіки в маркетингу  | 3                  | Диференційований залік                 |
| ОК 40                     | Основи інтернет-маркетингу  | 3                  | Диференційований залік                 |

|  |  |              |                        |
|--|--|--------------|------------------------|
| ОК 41  | Лідерство та особистісний розвиток                                     | 4            | Іспит                  |
| ОК 42  | Організація роботи маркетингової служби                                | 3            | Диференційований залік |
| ОК 43  | Виробнича практика   | 9            | Диференційований залік |
| ОК 44  | Державний кваліфікаційний іспит  |              | Іспит                  |
| Загальний обсяг обов'язкових компонент   |  | 179,0        |                        |
| Вибіркові компоненти ОП  |  |              |                        |
| Вибірковий блок 1  |  |              |                        |
| ВБ 1.01  | Маркетингове ціноутворення   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 1.02  | Маркетинг послуг   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 1.03  | Практичний тренінг з digital-маркетингу                                | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 1.04  | Digital-маркетинг  | 4            | Диференційований залік |
| ВБ 1.05  | Міжнародний маркетинг  | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 1.06  | Маркетинговий аналіз   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 1.07  | Управління стартапами в маркетингу                                     | 3            | Іспит                  |
| ВБ 1.08  | Маркетинг бренду   | 3            | Іспит                  |
| ВБ 1.09  | Психологія маркетингу  | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 1.10  | Моделювання та прогнозування в маркетингу                              | 4            | Іспит                  |
| Вибірковий блок 2  |  |              |                        |
| ВБ 2.01  | Web-маркетинг  | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.02  | Промисловий маркетинг  | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.03  | Аналіз бізнес-процесів   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.04  | Практична підготовка з web-маркетингу                                  | 4            | Диференційований залік |
| ВБ 2.05  | Маркетингова логістика   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.06  | Управління асортиментом  | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.07  | Тренінг-курс "Управління поведінкою споживача"                         | 3            | Іспит                  |
| ВБ 2.08  | Спеціалізовані інтернет-ресурси  | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.09  | Аналітично-статистичне забезпечення маркетингу та формування баз даних | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.10  | Галузевий маркетинг  | 4            | Іспит                  |
| Загальний обсяг вибірових компонент у блоці 1 або 2  |  | 32           |                        |
| Вибірковий блок додаткових загальних компетентностей<br>(соціо-економічного та гуманітарного спрямування)        |  |              |                        |
| ВБ 2.1.01  | Дисципліна 1   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.1.02  | Дисципліна 2   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.1.03  | Дисципліна 3   | 3            | Диференційований залік |
| ВБ 2.1.04  | Дисципліна 4   | 3            | Диференційований залік |
| Загальний обсяг вибірових компонент у блоці  |  | 12           |                        |
| Вибірковий блок спеціальних компетентностей (природничого, інженерно-технічного та/або професійного спрямування) |  |              |                        |
| ВБ 2.2.01  | Дисципліна 5   | 5            | Іспит                  |
| ВБ 2.2.02  | Дисципліна 6   | 5            | Іспит                  |
| ВБ 2.2.03  | Дисципліна 7   | 4            | Диференційований залік |
| ВБ 2.2.04  | Дисципліна 8   | 3            | Диференційований залік |
| Загальний обсяг вибірових компонент у блоці  |  | 17           |                        |
| Загальний обсяг вибірових компонент  |  | 61,0         |                        |
| <b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>  |  | <b>240,0</b> |                        |

## 2.2 СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОП



### **III. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація здобувачів вищої освіти зі спеціальності «075 - Маркетинг" проводиться у формі комплексного державного іспиту.

Завершується атестація видачею документу державного зразка про присудження йому ступеня бакалавра і з присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.











## **VI. Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

Для забезпечення якості освітнього процесу за ОПП в ІФНТУНГ діє ряд нормативних документів, а саме:

- [наказ від 24 лютого 2020 року № 44 "Про введення в дію "Положення про вирішення конфліктних ситуацій в ІФНТУНГ"](#)

- [наказ від 24 лютого 2020 року № 43 "Про затвердження "Положення про звернення здобувачів вищої освіти з питань, пов'язаних з освітнім процесом"](#)

- [наказ від 21 грудня 2019 року № 338 "Про затвердження "Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін"](#)

- [наказ від 13 грудня 2019 року № 327 "Про введення в дію Положення про академічну доброчесність працівників та здобувачів вищої освіти ІФНТУНГ" \(Додаток\) \(зміни з 24.02.2020 р. п.13.7 та п.14.4\).](#)

- наказ від 30 грудня 2020 року № 340 "Про внесення змін до "Положення про порядок визначення результатів навчання отриманих у неформальній та інформаційній освіті в ІФНТУНГ".

- зміни і доповнення до ПОЛОЖЕННЯ про академічну доброчесність працівників та здобувачів вищої освіти ІФНТУНГ (нова редакція) (чинне з 08.12.2020р.).

- наказ від 09 грудня 2020 р. № 320 "Щодо виконання "Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін" на 2021/2022 н. р."

- наказ від 04 грудня 2020 р. № 315 "Про затвердження "Положення про організацію інклюзивного навчання в ІФНТУНГ (чинне з 04.12.2020р.).

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОПП ІФНТУНГ регулюються наступними документами:

- «Тимчасове положення про організацію освітнього процесу в Івано-Франківському національному технічному університеті (затверджено наказом ректора ІФНТУНГ від 25.02.2019 № 60 (Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/17Ofcwj8Dvut0sZCmyTZgryOIEFlieT8Y/view>)

- «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої

діяльності та якості вищої освіти в Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу (затверджено ректором 20.06.2017р. №98) (Режим доступу: [http://nung.edu.ua/files/attachments/polozhennya\\_pro\\_yakist.pdf](http://nung.edu.ua/files/attachments/polozhennya_pro_yakist.pdf))

- «Положення про навчально-методичне об'єднання спеціальності» (затверджено ректором 07.11.2017р. (Режим доступу: [http://www.nung.edu.ua/files/attachments/polozhennya\\_pro\\_nmos.pdf](http://www.nung.edu.ua/files/attachments/polozhennya_pro_nmos.pdf))

- «Положення про університетську групу аналізу навчального процесу» (затверджено метод радою 29.10.2015р. протокол №10) (Режим доступу: [http://www.nung.edu.ua/files/attachments/polozhennya\\_pro\\_universytetsku\\_grupu\\_analizu\\_navchalnogo\\_procesu\\_v\\_redakcii\\_vid\\_29.10.2015\\_r.pdf](http://www.nung.edu.ua/files/attachments/polozhennya_pro_universytetsku_grupu_analizu_navchalnogo_procesu_v_redakcii_vid_29.10.2015_r.pdf)

- Методичні рекомендації до розроблення та оформлення освітньої (освітньо-професійної програми) (затверджено наказом ректора 29.01.2018р. №10) (Режим доступу: [http://nung.edu.ua/files/attachments/nakaz\\_10\\_metodychni\\_rekomendaciyi\\_po\\_op.pdf](http://nung.edu.ua/files/attachments/nakaz_10_metodychni_rekomendaciyi_po_op.pdf)).

Освітня програма розробляється робочою групою на чолі з керівником, узгоджується з групою забезпечення та гарантом, розглядається та затверджується Вченою радою ІФНТУНГ, попередньо узгодивши з представниками роботодавців, навчальним відділом, відділом ліцензування та акредитації, відділом забезпечення якості освіти, першим проректором.

Перегляд ОПП здійснюється щорічно з урахуванням пропозицій всіх учасників освітнього процесу та стейкхолдерів.

На початку процедури гарант ОПП разом з партнерами-роботодавцями спільно визначають оптимальну множину професійних та соціально-особистісних компетенцій випускників за спеціальністю або освітньо-професійною (освітньо-науковою) програми, а також перелік потенційних посад для випускників.

Після цього гарант програми спільно з представниками підприємств розробляє компетентнісну модель фахівця для формування варіативної частини ОП за даною спеціальністю. При цьому для кожної ОП в межах однієї спеціальності чітко відрізняються визначальні компетентнісні характеристики випускника.

За результатами аналізу компетентносної моделі здобувача вищої освіти

для варіативної частини ОП формується множина дисциплін варіативної частини професійно-практичної підготовки навчального плану здобувача вищої освіти, що також підлягає обговоренню з представниками підприємств.

Варіативна частини професійно-практичної підготовки навчального плану здобувача вищої освіти, сформована на попередньому кроці, вноситься до проекту навчального плану, який затверджується відповідно до процедури формування та перегляду навчальних планів підготовки здобувачів, затвердженої в ІФНТУНГ.

Така процедура відповідає вимогам внутрішньої системи забезпечення якості освітнього процесу в ІФНТУНГ.

## VII. Перелік нормативних документів, на яких базується ОПП

1. ESG – [http://ihed.org.ua/images/pdf/standards\\_and-guidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards_and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).
2. ISCED (МСКО) 2011 – <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.
3. ISCED -F (МСКО-Г) 2013 – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.
4. Проект Європейської Комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING). TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.unideusto.org/tuningeu/>.
5. Закон "Про вищу освіту"// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
6. Постанова КМУ «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29 квітня 2015 р. №266// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-p>.
7. Акт узгодження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за ступенями (освітньо -кваліфікаційними рівнями) бакалавра, спеціаліста, бакалавра та ліцензованого обсягу. Ліцензія: Серія АЕ №636819, дата видачі 19.06.2015 р. / Додаток до листа МОН від 23 листопада 2015 р. №1/9-561.
8. Наказ МОН України «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 06.11.2015 №1151.// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>.
9. Національний глосарій 2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy\\_Visha\\_osvita\\_2014\\_tempusoffice.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempusoffice.pdf).
10. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // Видавництво «Соцінформ», – К.: 2010.
11. НРК - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-p>.
12. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>.
13. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно - аналітичний огляд // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok\\_sisitemi\\_zabesp\\_yakosti\\_VO\\_UA\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf).
14. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya\\_osv\\_program\\_2014\\_tempus-office.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf)
15. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, затверджений 05.12.2018р. наказом № 1343 Міністерства освіти і науки України.