

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«Ужгородський національний університет»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
**Протокол Вченої ради**  
**ДВНЗ «Ужгородський**  
**національний університет»**  
30.06. 2025 р. № 7

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«Маркетинг»**  
**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**за спеціальністю D5 Маркетинг**  
**галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**  
**кваліфікація: бакалавр маркетингу**

**УВЕДЕНО В ДІЮ**  
**Наказ ректора ДВНЗ**  
**«Ужгородський національний**  
**університет**  
30.06. 2025 р. № 388/01-04

**АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**  
**«Маркетинг»**

1. Ректор

30.06. 2025 р.



Володимир СМОЛАНКА

2. Гарант освітньо-професійної програми

30.05. 2025 р.

Святослав ЖУКОВ

3. Декан структурного підрозділу

30.05. 2025 р.

Віталій АНДРЕЙКО

4. Керівник робочої групи

30.05. 2025 р.

Святослав ЖУКОВ

5. Начальник навчальної частини

27.05 2025 р.

Анатолій ШТИМАК

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» розроблена відповідно до:

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (зі змінами);
- Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти та шостому рівню Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 22.06.2020 р. №519);

- стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., №1343) (зі змінами);

- Положення про порядок розроблення, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет». URL:

<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22968>;

- результатів аналізу ринку праці з урахуванням регіональних особливостей;
- результатів проведених анкетувань студентів, випускників і роботодавців;
- обговорення пропозицій від роботодавців, академічної спільноти, здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на засіданнях робочої групи;
- рецензій і відгуків стейкхолдерів.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою спеціальності D5 «Маркетинг» ДВНЗ «УжНУ» у складі:

1. *Жуков Святослав Августович* – професор, доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ» – **гарант освітньої програми**;

2. *Бондаренко Вікторія Михайлівна* – кандидат, економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

3. *Дюгованець Олеся Михайлівна* – доцент, кандидат економічних наук, завідувачка кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

4. *Зарічна Олена Володимирівна* – доцент, доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

5. *Курей Оксана Андріївна* – доцент, кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

6. *Криса Вероніка Василівна* – випускниця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за ОПП «Маркетинг»;

7. *Мороз Іванна Андріївна* – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, за ОП «Маркетинг».

8. *Самойленко Євгенія Юріївна* – роботодавець – ФОП «Самойленко Євгенія Юріївна», керівник рекламного агентства «ERISO».

**1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю D5 «Маркетинг»  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет» Факультет історії та міжнародних відносин Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС
<b>Розрахунковий строк виконання освітньої програми</b>	Термін навчання на денній і заочній формі складає 3 роки 10 місяців
<b>Форми здобуття освіти</b>	денна, заочна
<b>Наявність акредитації</b>	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Сертифікат про акредитацію: № 15601, від 22 червня 2025 року. Термін дії сертифікату: 5 років (до 01.07.2030 р.).
<b>Рівень/цикл</b>	Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень. Європейська рамка кваліфікацій FQ-ЕНЕА: перший цикл (для бакалаврського рівня). Європейська рамка кваліфікації навчання протягом життя EQF-LLL: 6 рівень (для бакалаврів).
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти. Умови вступу визначаються «Правилами прийому до ДВНЗ «Ужгородський національний університет»».
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До чергового оновлення, відповідно до терміну дії сертифіката про акредитацію освітньо-професійної програми
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/15068">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/15068</a>

## 2 – Мета освітньої програми

Полягає у підготовці бакалаврів маркетингу, як висококваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, готових до викликів сучасного бізнесу на різних типах і видах ринків, професійно свідомих спеціалістів, які володіють навичками аналітичного, стратегічного, гнучкого мислення та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення складних завдань і прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності в організаціях і на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності на національних, регіональних і міжнародних ринках.

## 3 – Характеристика освітньої програми

<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</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 і соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <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 і на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій і формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементції маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	<p>Освітньо-професійна програма орієнтована на здобуття студентами загальноекономічних і професійних знань, умінь і навичок, що сприятиме високому професіоналізму та діловій активності, здатності самостійно приймати рішення для виконання професійних функцій і типових завдань діяльності у сфері маркетингу має прикладний характер та орієнтує на актуальні проблеми підприємств та організацій; дозволяє сформувати професійні, організаційні, управлінські та науково-дослідні компетентності та використовувати їх при здійсненні маркетингової діяльності з використанням сучасних інноваційних підходів і технологій.</p>
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	<p>Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, аналіз ринку, потреби споживача, маркетинг, комплекс маркетингу, управління маркетинговою діяльністю, маркетинговий менеджмент, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.</p>
<b>Особливості програми</b>	<p>Освітньо-професійна програма та її освітні компоненти забезпечують оволодіння здобувачами вищої освіти компетентностями достатніми для здійснення ефективної маркетингової діяльності та антикризового управління в умовах цифрової трансформації, турбулентності соціально-економічних систем, непрогнозованих ризиків на підприємствах та організаціях різних галузей і сфер бізнесу. Навчаючись, здобувачі вищої освіти є учасниками академічної мобільності студентів, обов'язковими формами якої є три види практик (навчальна, організаційно-економічна (виробнича), переддипломна).</p>

**4 – Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування**

<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Випускники освітньої програми здатні виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України:</p> <p>Класифікатор професій (ДК 003:2010) обіймати первинну посаду за такими категоріями:</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (Економіст із збуту; Консультант з маркетингу; Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; Рекламист; Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).</p> <p>2441.2 Економісти (Економіст із ціноутворення).</p> <p>3415 Технічні та торговельні представники (Агент; Агент комерційний; Агент торговельний; Комівояжер; Мерчендайзер; Представник торговельний; Торговець комерційний; Торговець промисловий).</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (Агент рекламний; Представник з реклами; Торговець (обслуговування бізнесу та реклами).</p> <p>3439 Інші технічні фахівці в галузі управління (Фахівець з інтерв'ювання).</p>
<b>Подальше навчання</b>	<p>Продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти (FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень). Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.</p>

**5 – Викладання та оцінювання**

<b>Викладання та навчання</b>	<p>Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекції, семінари, практичні заняття, практика на підприємствах і в організаціях, самостійна робота на основі підручників і конспектів, кейсовий метод навчання, консультації із викладачами, підготовка та публікування наукових статей, написання та захист курсових робіт і випускної бакалаврської роботи.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952</a>, Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070</a> з дотриманням норм академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223</a>.</p> <p>Перезарахування кредитів відбувається на основі Положення про визнання (перезарахування) кредитів ЄКТС для учасників програм академічної мобільності у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131</a>. Процедура оцінювання здобувачів вищої освіти також враховує результати неформальної освіти згідно Положення про порядок визнання ДВНЗ «Ужгородський національний університет» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966</a>.</p> <p>Наявна чітка процедура розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти, яка описана в Положенні про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та здобувачів вищої освіти в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964</a> та Положенні про порядок оскарження результатів (апеляція) оцінювання в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967</a></p>

**6 – Програмі компетентності**

<b>Інтегральна компетентність (ІК)</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 (ІК1).
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 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 (ЗК1).</li><li>2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та 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 (ЗК2).</li><li>3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3).</li><li>4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).</li><li>5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК5).</li><li>6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК6).</li><li>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК7).</li><li>8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8).</li><li>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9).</li><li>10. Здатність спілкуватися іноземною мовою (ЗК10).</li><li>11. Здатність працювати в команді (ЗК11).</li><li>12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності) (ЗК12).</li><li>13. Здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК13).</li><li>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК14).</li><li>15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності (ЗК15).</li></ol>
<b>Спеціальні компетентності (СК)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК1).</li><li>2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (СК2).</li><li>3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК3).</li><li>4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (СК4).</li><li>5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (СК5).</li><li>6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК6).</li><li>7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК7).</li><li>8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. (СК8).</li></ol>

	<p>9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності (СК9).</p> <p>10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (СК10).</p> <p>11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (СК11).</p> <p>12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12).</p> <p>13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (СК13).</p> <p>14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
<p><b>Програмні результати навчання (РН)</b></p>	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ і принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. 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>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. 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>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. 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>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>PP19. Вміти ідентифікувати та аналізувати проблеми, пов'язані з корупцією та недоброчесністю, формувати та оцінювати шляхи їх вирішення як у професійній діяльності, так і у суспільному житті на рівні, необхідному для формування нетерпимості до будь-яких проявів недоброчесності задля утвердження цінностей доброго суспільства</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» № 1187 від 30 грудня 2015 р. (зі змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 1134 від 31.10.2023)). До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p> <p>Професорсько-викладацький склад постійно проходить стажування згідно Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних працівників ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950</a>.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Підготовка бакалаврів за спеціальністю D5 «Маркетинг» здійснюється на базі ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Необхідними вимогами для реалізації освітньої програми «Маркетинг» є: наявність доступу до бібліотеки, Інтернет центру, лабораторії інформатики та обчислювальної техніки – для забезпечення оволодіння студентами усім обсягом освітньо-наукової програми; мультимедійного класу та лінгофонних класів; наявність мультимедійного проектора та іншого комп'ютерного обладнання – для демонстрації наукових фільмів і слайдів з тематики лекцій; наявність обладнання для проведення відео-конференцій на економічну тематику.</p>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>Навчально-методичне забезпечення включає: навчальний план спеціальності, робочі навчальні плани спеціальності, навчально-методичні комплекси дисциплін, методичні рекомендації до написання та захисту курсових робіт, кваліфікаційної роботи, програми навчальної та переддипломної практик, навчальні матеріали з дисциплін (паперові та електронні), матеріали що забезпечуються Науковою бібліотекою ДВНЗ «УжНУ» <a href="http://www.lib.uzhnu.edu.ua">http://www.lib.uzhnu.edu.ua</a>, а також навчальні та методичні розробки викладачів кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту (електронні лекції, електронні підручники) у вільному доступі на віртуальному інформаційному центрі випускової кафедри <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/126">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/126</a>. Система електронного навчання Moodle <a href="https://e-learn.uzhnu.edu.ua/">https://e-learn.uzhnu.edu.ua/</a>. Електронний репозитарій <a href="https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/">https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/</a>. Інформація про освітню програму, розклади занять, виховну, наукову роботу тощо в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» розміщена на посиланням <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/fhistory_relati-intermanage">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/fhistory_relati-intermanage</a>.</p>

**9 – Академічна мобільність**

<b>Національна кредитна мобільність</b>	Академічна мобільність студентів здійснюється на основі двосторонніх угод, укладених між ДВНЗ «Ужгородський національний університет» та закладами вищої освіти України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Відповідно до Положення про академічну мобільність студентів у ДВНЗ «УжНУ» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/21269">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/21269</a> , встановлено загальний порядок організації академічної мобільності студентів. Здійснюється згідно програми міжнародної академічної мобільності «Еразмус +».
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	До ДВНЗ «УжНУ» приймаються іноземні громадяни, а також особи без громадянства, які проживають на території України на законних підставах. Особливості вступу та навчання визначаються Положенням про навчання іноземних громадян у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9378">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9378</a> .

## 2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Компоненти ОПП

Коди н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, атестаційний екзамен)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОПП (ОК)</b>			
ОК1	Українська мова за професійним спрямуванням	3	залік
ОК2	Історія та культура України	3	залік
ОК3	Вища математика для економістів	4	екзамен
ОК4	Філософія	3	залік
ОК5	Інформаційні та комунікаційні технології в маркетингу	3	залік
ОК6	Регіональна економіка	4,5	екзамен
ОК7	Теорія ймовірності й математична статистика	4	екзамен
ОК8	Академічна доброчесність та основи наукових досліджень	4	залік
ОК9	Основи економіки та підприємництва	4	екзамен
ОК10	Іноземна мова	6	екзамен
ОК11	Цифрові технології в економічних розрахунках та моделюванні	4,5	екзамен
ОК12	Основи психології	3	залік
ОК13	Антикорупція та доброчесність	3	залік
ОК14	Економікс	6	екзамен
ОК15	Вступ до спеціальності «Маркетинг»	3	екзамен
ОК16	Менеджмент	4	залік
ОК17	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК18	Облік та оподаткування	3	залік
ОК19	Іноземна мова професійного спрямування	6	екзамен
ОК20	Економіка підприємства	5	екзамен
ОК21	Маркетинг	5	екзамен, курсова робота (диф. залік)
ОК22	Економічний аналіз	4	екзамен
ОК23	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК24	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК25	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОК26	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК27	Аналіз і планування маркетингової діяльності	4,5	екзамен
ОК28	Маркетингова логістика	3	екзамен
ОК29	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК30	Маркетингові дослідження	6	екзамен, курсова робота (диф. залік)
ОК31	Цифровий маркетинг	6	залік
ОК32	Інформаційний маркетинг	5	екзамен
ОК33	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	6	екзамен
ОК34	Міжнародний маркетинг	6	екзамен
ОК35	Управління маркетинговою діяльністю	6	екзамен
ОК36	Інфраструктура товарного ринку	5	екзамен
ОК37	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК38	Навчальна практика «Вступ до фаху»	4,5	диф. залік
ОК39	Організаційно-економічна практика (виробнича)	6	диф. залік

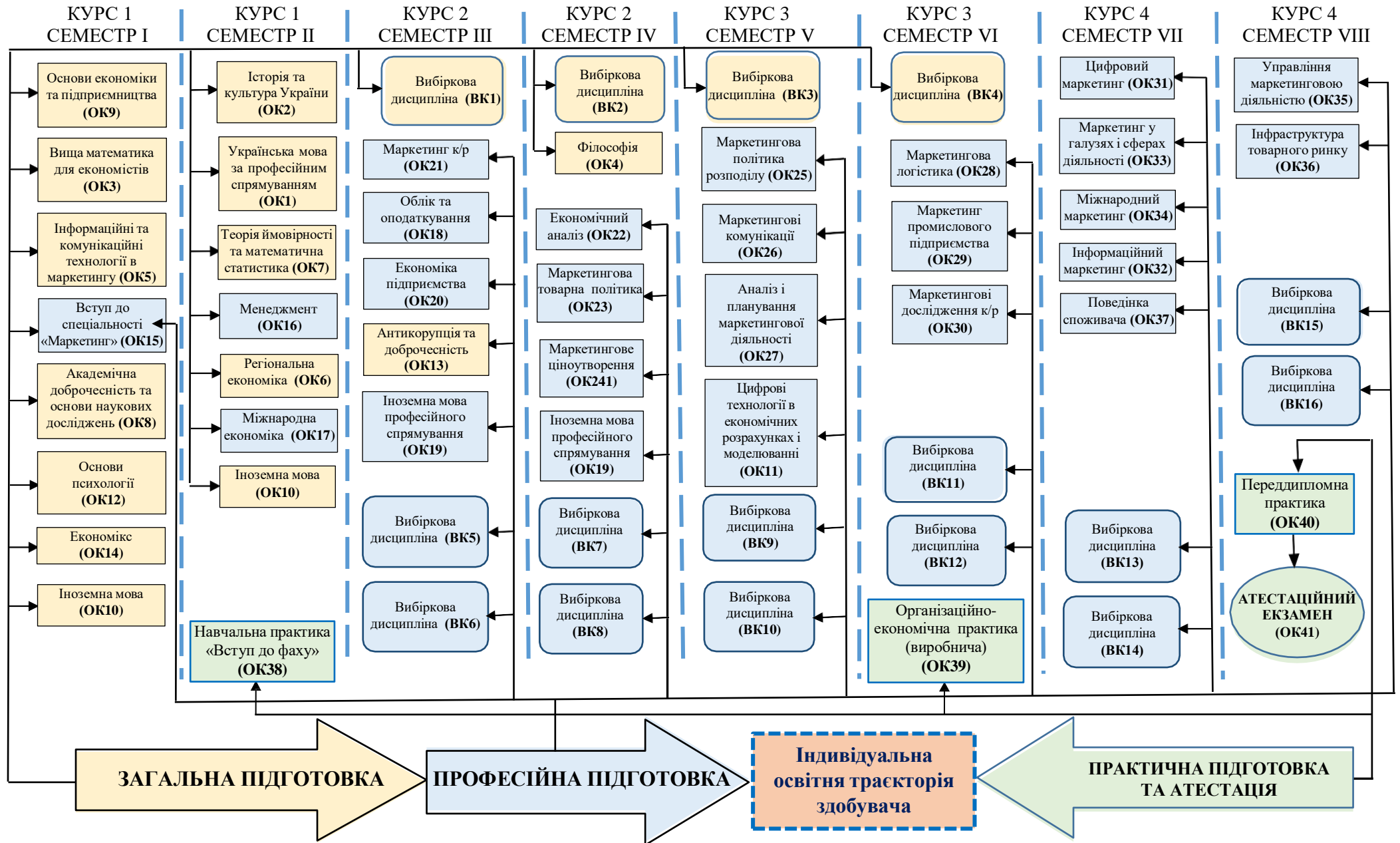
1	2	3	4
OK40	Переддипломна практика	4,5	диф. залік
OK41	Атестаційний екзамен	1,5	
<b>Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів</b>		<b>180</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОПП (ВК)</b>			
ВК1	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК2	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу / Базова загальновійськова підготовка*	3	залік / диф. залік*
ВК3	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК4	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
ВК5	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК6	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК7	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК8	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК9	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК10	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК11	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК12	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК13	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК14	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК15	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК16	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
<b>Загальний обсяг вибірових освітніх компонентів</b>		<b>60</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	
<b>Практична підготовка за рахунок канікулярного часу здобувачів освіти</b>			
	Практична підготовка базової загальновійськової підготовки**	<b>7</b>	

\* Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» введена до освітньої програми та навчального плану на підставі п. 7 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734.

Форми організації освітнього процесу, види навчальних занять, кількість годин, відведених на їх опанування, форми та засоби поточного і підсумкового контролю визначаються програмою навчальної дисципліни, яка розробляється на основі типової програми навчальної дисципліни «Базова загальновійськова підготовка», розробленої та затвердженої Генеральним штабом Збройних Сил України за погодженням з Міністерством освіти і науки України (з урахуванням норм постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734).

\*\* Практична підготовка базової загальновійськової підготовки проводиться після опанування теоретичної підготовки у поточному навчальному році строком до одного місяця протягом травня - жовтня за рахунок часу, відведеного на канікулярну відпустку здобувачів вищої освіти.

## 2.2. Структурно-логічна схема ОПІ «Маркетинг»



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

Атестація здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестація здійснюється атестаційною (екзаменаційною) комісією (ЕК), до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та даною освітньо-професійною програмою Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет». Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра під час атестаційного екзамену здійснюють члени ЕК на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи та шкали оцінювання. Атестаційний екзамен здійснюється в формі поєднання письмової, усної та інтерактивної (з використанням засобів інформаційних технологій).

Успішна атестація завершується видачою документу встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

#### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми «Маркетинг»

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39	OK40	OK41				
<b>ІК</b>	+	+	+		+		+		+	+		+	+	+	+		+	+	+		+	+		+		+	+		+	+			+	+	+				+	+	+				
<b>ЗК1</b>	+	+						+	+			+	+					+																+							+	+			
<b>ЗК2</b>	+	+						+	+			+	+					+																		+							+	+	
<b>ЗК3</b>	+	+	+	+	+			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		+		+							+			+	+	+	+				+	+	+	+		
<b>ЗК4</b>			+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+			+	+				+						+			+	+		
<b>ЗК5</b>				+	+											+					+								+	+	+						+			+	+	+	+		
<b>ЗК6</b>				+		+					+			+		+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+		+	+	+	+		
<b>ЗК7</b>			+	+	+	+	+				+		+					+			+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
<b>ЗК8</b>				+	+		+				+			+	+		+					+	+	+	+		+	+			+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		
<b>ЗК9</b>							+				+				+													+				+	+	+	+					+	+	+	+		
<b>ЗК10</b>										+										+			+			+												+				+	+		
<b>ЗК11</b>	+											+			+	+	+										+		+		+						+			+	+	+	+		
<b>ЗК12</b>	+						+	+		+						+				+		+						+	+	+	+	+	+				+	+		+	+	+	+		
<b>ЗК13</b>			+						+	+								+		+										+						+							+	+	
<b>ЗК14</b>		+	+					+	+			+										+																			+	+	+	+	
<b>ЗК15</b>								+														+									+									+	+	+	+		
<b>СК1</b>											+											+	+				+	+	+		+	+	+				+		+		+	+	+		
<b>СК2</b>		+																				+	+				+		+		+		+	+	+	+	+		+			+	+		
<b>СК3</b>		+	+	+	+		+				+				+							+		+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>СК4</b>		+																					+				+			+														+	+
<b>СК5</b>				+	+						+											+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+					+		+			+	+	
<b>СК6</b>				+																			+					+	+					+				+	+			+	+	+	
<b>СК7</b>			+	+							+					+							+		+		+	+						+			+				+	+	+	+	
<b>СК8</b>			+													+						+		+	+			+	+			+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	
<b>СК9</b>															+														+			+				+				+	+	+	+	+	
<b>СК10</b>				+							+				+	+											+				+				+						+	+	+	+	
<b>СК11</b>			+			+	+		+							+							+		+			+	+		+	+		+	+				+	+	+	+	+	+	
<b>СК12</b>	+			+											+								+										+							+	+	+	+	+	
<b>СК13</b>															+											+	+		+								+					+	+	+	
<b>СК14</b>				+																					+	+		+	+								+					+	+	+	

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми  
«Маркетинг»**

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39	OK40	OK41	
<b>P1</b>								+												+	+					+	+		+		+	+	+	+						+		
<b>P2</b>			+	+							+			+								+		+		+	+	+		+	+	+	+	+							+	
<b>P3</b>		+	+	+	+		+		+					+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>P4</b>				+	+	+	+				+	+			+	+	+			+		+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>P5</b>			+											+							+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>P6</b>				+																+		+	+	+			+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>P7</b>											+				+										+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>P8</b>																									+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>P9</b>				+	+		+									+				+	+		+				+	+				+	+					+	+	+	+	
<b>P10</b>	+										+						+										+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
<b>P11</b>																	+					+						+				+	+								+	
<b>P12</b>		+	+			+		+	+		+	+	+	+			+	+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>P13</b>			+	+								+		+		+					+			+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>P14</b>				+												+							+								+	+		+					+	+	+	+
<b>P15</b>	+							+	+	+		+	+					+	+		+		+				+					+	+					+	+	+	+	
<b>P16</b>	+			+				+		+	+				+	+					+					+			+	+		+	+					+	+	+	+	
<b>P17</b>	+									+									+									+	+								+	+	+	+	+	
<b>P18</b>	+	+										+	+					+			+						+											+	+	+	+	