


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПОГОДЖЕНО

Керівник проєктної групи
(гарант освітньо-професійної
програми Маркетинг)
зі спеціальності 075 Маркетинг

 В. О. Морохова

ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор Луцького НТУ



М. П. Савчук

2020 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ**

Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

СХВАЛЕНО

Вченою радою Луцького НТУ

протокол № 10 від «25» 06 2020 р.

Луцьк 2020 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.) проектною групою спеціальності 075 Маркетинг Луцького НТУ у складі:

Керівник проєктної групи (гарант програми) – МОРОХОВА ВАЛЕНТИНА ОЛЕКСАНДРІВНА, кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу

Члени проєктної групи:

ВОЙТОВИЧ СЕРГІЙ ЯРОСЛАВОВИЧ, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету

КОВАЛЬЧУК ОЛЕГ ВОЛОДИМИРОВИЧ, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету

ЛОРВІ ПРИНА ФЕДОРІВНА, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

Здобувачі вищої освіти:

Мелешкова Лілія

Валецька Юліана

Мельник Яна

Гричай Софія

Випускники спеціальності Маркетинг Луцького НТУ:

Булавчик Максим

Волочай Микола

Турик Ірина

Роботодавці:

Хвещук Олександр, заступник директора з питань розвитку ТзОВ «Забіяка»

Ткачук Віталій, виконавчий директор ТОВ «Кей Ті Косметикс»

Скопюк Віталій, директор ТзОВ «Алфаінтерпласт»

Сенюк Надія, менеджер з реклами ТОВ «Тигрес»

I. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Луцький національний технічний університет, факультет бізнесу, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми: 1) на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС. Строк навчання 3 роки 10 місяців; 2) на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») ЗВО має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС. Строк навчання 1 рік 10 місяців; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Строк навчання 2 роки 10 місяців. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Освітньо-професійною програмою.
Наявність акредитації	Рішення НАЗЯВО від 08.09.2020 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – перший цикл, EQF – LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До завершення повного циклу навчання
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://lutsk-ntu.com.ua/uk/osvitni-programi
2 – Мета освітньої програми	
<p>Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Цілі освітньої програми:</p> <ol style="list-style-type: none"> Отримання здобувачами вищої освіти динамічної комбінації знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, достатніх для успішного вирішення професійних завдань у сфері маркетингу. Створення освітнього середовища, орієнтованого на задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти, зокрема надання можливостей для формування індивідуальної освітньої траєкторії. Створення передумов для продовження навчання на наступному рівні вищої освіти. 	

3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація)	<p>Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка 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 та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна освіта в предметній області маркетингу. Ключові слова: ринок, потреби споживача, аналіз ринку, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, цінова політика, реклама, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.</p>
Особливості програми	<p>Закладені в освітню програму освітні компоненти забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, збалансованих у відповідності з сучасним рівнем та подальшими прогнозами розвитку національних і міжнародних ринків, інформаційно-комунікаційних технологій у підприємницькій практиці, запитів ринку праці. В процесі навчання здобувач вищої освіти має можливість проходити короткострокові академічні стажування за кордоном.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускник освітнього ступеня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: 1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми 1314 Комерсант 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним) 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p>

	<p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління</p> <p>1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>2419.2 Економіст із збуту</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2441.2 Економіст із ціноутворення</p> <p>3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний</p> <p>3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний</p>
Подальше навчання	Продовження навчання за: другим рівнем вищої освіти (FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК – 8 рівень); набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через виробничу практику.</p> <p>Лекції, практичні заняття, розв'язування ситуаційних проблем, тренінги, кейси, дослідницькі наукові роботи, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання тощо.</p> <p>Пріоритет письмових і творчих завдань над завданнями на відтворення і заучування матеріалу.</p>
Оцінювання	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, захист звіту з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною 4-х бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно або зараховано/незараховано); 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX F,).</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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.
Загальні компетентності (ЗК)	<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</p>

	<p>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>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<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 результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів</p>

	<p>проведення 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 та 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>
--	---

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження
-----------------------------	---

	<p>освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>Кадрове забезпечення відповідає актуальним вимогам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; - обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; - моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; - впровадження результатів стажування та наукової діяльності у освітній процес.
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: загальноуніверситетських та кафедральних бібліотек, мережі Інтернет з вільним доступом, колекцій цифрового репозиторію.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки за спеціальністю. В наявності завдання для самостійної роботи здобувачів, методичні рекомендації для виконання курсових та кваліфікаційних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь здобувачів вищої освіти за ОП Маркетинг розроблено для поточного та семестрового контролю з кожної дисципліни, а також для їх підсумкової атестації.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Луцьким НТУ та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Луцьким НТУ та університетами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено.

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Перелік компонент освітньої програми

Код освітньої компоненти	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
Обов'язкові компоненти ОПП				
Цикл загальної підготовки				
ОК 1	Макроекономіка	6	екзамен	1
ОК 2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	12	залік	1,2,3,4,7,8
ОК 3	Економічна інформатика	6	екзамен	1
ОК 4	Академічне письмо та доброчесність	4	залік	1
ОК 5	Філософія бізнесу	6	екзамен	1
ОК 6	Право	6	залік	2
ОК 7	Конкуренція і підприємництво	5	екзамен	2
ОК 8	Мікроекономіка	6	екзамен	2
ОК 9	Фінанси, гроші та кредит	4	екзамен	2
ОК 10	Статистика	6	екзамен	3
ОК 11	Економіка підприємства	6	екзамен	3
ОК 12	Політичні та соціальні студії	6	екзамен	3
ОК 13	Менеджмент	5	екзамен	4
ОК 14	Бухгалтерський облік	4	залік	5
ОК 15	Основи наукових досліджень	5	залік	5
ОК 16	Економіка праці та соціально-трудова відносини	5	екзамен	5
Всього		92		
Цикл професійної підготовки				
ОК 17	Фахові компетенції	6	екзамен	1
ОК 18	Теорія галузевих ринків	7	екзамен	2
ОК 19	Маркетинг	7	екзамен	4
ОК 19.1	Курсова робота з маркетингу	1	захист КР	
ОК 20	Маркетинг в галузях та сферах діяльності	6	екзамен	5
ОК 21	Інформаційні системи та технології в маркетингу	4	екзамен	6
ОК 22	Цифровий маркетинг	5	екзамен	6
ОК 23	Маркетингові дослідження	4	екзамен	6
ОК 24	Маркетинговий аналіз	6	екзамен	7
ОК 24.1	Курсова робота з маркетингового аналізу	1	захист КР	7
ОК 25	Міжнародний маркетинг	4	залік	6
ОК 26	Маркетингова товарна політика	6	екзамен	7
ОК 27	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен	7
ОК 28	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен	7
ОК 29	Маркетингові комунікації	5	екзамен	8
Всього		72		
Цикл професійної підготовки				
Практична підготовка				
ОК 30	Фаховий тренінг	3	залік	6
ОК 31	Переддипломна практика	3	залік	8
Підсумкова атестація				
ОК 32	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи бакалавра	10	публічний захист кваліфікаційної роботи	8
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180		
Вибіркові компоненти ОПП				
Цикл загальної підготовки				
ВК 1	Дисципліна 1 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	5	залік	3
ВК 2	Дисципліна 2 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	5	залік	3

ВК 3	Дисципліна 3 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	5	залік	4
ВК 4	Дисципліна 4 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	5	залік	4
Загальний обсяг вибіркових компонент циклу загальної підготовки:		20		
Цикл професійної підготовки				
ВК 5	Дисципліна 1 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	екзамен	4
ВК 6	Дисципліна 2 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	екзамен	5
ВК 7	Дисципліна 3 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	екзамен	5
ВК 8	Дисципліна 4 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	залік	6
ВК 9	Дисципліна 5 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	екзамен	6
ВК 10	Дисципліна 6 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	залік	7
ВК 11	Дисципліна 7 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	залік	8
ВК 12	Дисципліна 8 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	5	екзамен	8
Загальний обсяг вибіркових компонент циклу професійної підготовки		40		
Загальний обсяг вибіркових компонент:		60		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240		

Структурно-логічна схема ОПП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 17	6	12
	2	ОК 2, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 18	6	
2	3	ОК 2, ОК 10, ОК 11, ОК 12, ВК 1, ВК 2	6	12
	4	ОК 2, ОК 13, ОК 19, ВК 3, ВК 4, ВК 5	6	
3	5	ОК 14, ОК 15, ОК 16, ОК 20, ВК 6, ВК 7	6	13
	6	ОК 21, ОК 22, ОК 23, ОК 25, ОК 30, ВК 8, ВК 9	7	
4	7	ОК 2, ОК 24, ОК 26, ОК 27, ОК 28, ВК 10	6	12
	8	ОК 2, ОК 29, ОК 31, ОК 32, ВК 11, ВК 12	6	

III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи, процедура перевірки на плагіат, порядок та вимоги до оприлюднення регламентується внутрішніми документами й положеннями, чинними на момент підсумкової атестації у Луцькому НТУ.
Вимоги до публічного захисту (демонстрації)	Захист кваліфікаційної роботи здійснюється публічно і гласно. Публічний захист здійснюється перед атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти бакалавр із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

IV. Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Принципи та процедури забезпечення якості освіти	<p>Принципи забезпечення якості освіти: релевантності; порівнюваності та сумісності; публічності (прозорості); академічної доброчесності; академічної мобільності; конкурентності; гнучкості та адаптивності.</p> <p>Процедури забезпечення якості вищої освіти за ОП Маркетинг регламентовані Політикою забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти на основі залучення усіх учасників та охоплюють усі види освітньої діяльності.</p> <p>Процедурами забезпечення якості освіти є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти; розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; - розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, рейтингового оцінювання науково-педагогічного персоналу та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Луцького НТУ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами; - організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; - формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів, за кожною освітньою програмою; - створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; - оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітню програму, ступені вищої освіти та кваліфікації;
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> - розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у працях здобувачів вищої освіти; - активне залучення органів студентського самоврядування до забезпечення якості освіти та надання освітніх послуг; - інших процедур і заходів.
Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм	<p>Моніторинг та періодичний перегляд ОП Маркетинг здійснюється з метою забезпечення її відповідності потребам стейкхолдерів, здобувачів вищої освіти і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення ОП. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, інформуються всі зацікавлені сторони.</p> <p>Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення ОП Маркетинг має на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері маркетингової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам; - потреб суспільства, що змінюються; - навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми; - ефективності процедур оцінювання здобувачів вищої освіти; - очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання; - відповідності навчального середовища меті і змісту ОП Маркетинг. <p>Перегляд і внесення змін до ОП Маркетинг здійснюється із залученням зовнішніх та внутрішніх учасників освітнього процесу.</p>
Оцінювання здобувачів вищої освіти	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері; - критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь; - оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання; - оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим, можливо об'єктивним та проводиться відповідно до встановлених процедур, які передбачені Положенням про організацію освітнього процесу у Луцькому НТУ; - наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти. <p>Процедура подання та розгляду апеляції здобувачів щодо результатів підсумкового контролю знань визначається діючим Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю знань.</p>
Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників базується на «Положенні про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників Луцького НТУ»</p>

Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу	Луцький НТУ забезпечує освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.). При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг враховуються їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання.
Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями, інноваційний й кадровий менеджмент та ін.
Запобігання та виявлення академічного плагіату	Проведення заходів щодо запобігання проявів академічного плагіату у кваліфікаційних та інших видах робіт здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг забезпечується кафедрою, навчальним відділом, відділом забезпечення якості освіти та неперервного навчання у відповідності до положення про протидію та запобігання академічному плагіату. Перевірка робіт здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг здійснюється відповідно до порядку проведення інструментальної перевірки на академічний плагіат з метою встановлення ступеня унікальності

V. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми

Таблиця 5.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Таблиця 5.2. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Таблиця 5.3. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Таблиця 5.4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (обов'язкові компоненти ОПП)

Таблиця 5.5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (вибіркові компоненти ОПП)

Таблиця 5.6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми (обов'язкові компоненти ОПП)

Таблиця 5.7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми (вибіркові компоненти ОПП)

Таблиця 5.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

Таблиця 5.3. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Дескриптори НКР	Програмні результати	Компетенції	Опис результату
Знання	P1.	ЗК6, СК1, СК2, СК12	P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	P3	ЗК7, ЗК13, СК4, СК9, СК10	P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Уміння	P2	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, СК3, СК11, СК14	P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	P4	ЗК8, ЗК9, СК3, СК6, СК7, СК14	P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	P5	ЗК3, ЗК6, СК6, СК7, СК12, СК14	P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	P6	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК6, СК7, СК14	P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	P11	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, СК5, СК6, СК8, СК12, СК13, СК14	P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	P12	ЗК4, ЗК7, ЗК11, СК3, СК5	P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	P14	ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, СК4, СК14	P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
Комунікація	P7	ЗК9, СК10, СК11, СК12	P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	P10	ЗК8, ЗК9, ЗК10, СК3, СК13, СК14	P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	P17	ЗК10, СК1, СК12	P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
Автономія і відповідальність	P8	ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, СК1, СК5, СК9, СК10, СК13	P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	P9	ЗК6, ЗК7, СК8, СК12, СК13, СК14	P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	P13	ЗК5, ЗК14, СК8, СК14	P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	P15	ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, СК13	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.
	P16	ЗК4, ЗК6, ЗК14, СК4, СК5, СК14	P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
P18	ЗК1, ЗК2, ЗК14	P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	

VI. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

1. Закон України «Про освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Закон України «Про вищу освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» №1341 від 23.11.2011 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
4. Рівні Національної рамки кваліфікацій. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» №244 від 15.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/244-2015-п>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №266 від 29.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
7. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
8. Класифікатор професій ДК 003:2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
9. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648). URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
10. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності «075 Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343.
11. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».
12. Положення про освітні програми у Луцькому національному технічному університеті. Введені у дію наказом ректора № 57-05-35 від 1 лютого 2018 року. Введено в дію Наказом ректора Луцького НТУ № 57-05-35 від 01 лютого 2018 року.
13. Положення про організацію освітнього процесу №582 (від 25.06.2020 р.).
14. Кодекс честі Луцького НТУ (від 24.04.2018 р.)
15. Положення про комісію з питань етики та академічної доброчесності в Луцькому НТУ (від 24.04.2018 р.).
16. Порядок проведення інструментальної перевірки на академічний плагіат текстів рукописів кваліфікаційних робіт/проектів здобувачів вищої освіти, рукописів дисертацій та рукописів статей поданих до публікування у періодичних виданнях у Луцькому національному технічному університеті (№ 552, введене в дію Наказом ректора № 182-05-35 від 07.05.2020).
17. Положення про протидію та запобігання академічному плагіату у кваліфікаційних роботах-проектах здобувачів вищої освіти у Луцькому національному технічному університеті (№ 553, введене в дію Наказом ректора № 182-05-35 від 07.05.2020).
18. Положення про організацію вибору навчальних дисциплін та формування вибіркової складової навчальних і робочих навчальних планів у Луцькому НТУ (№ 554, введене в дію Наказом ректора № 182-05-35 від 07.05.2020).
19. Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників Луцького НТУ (№549, введене в дію Наказом ректора № 182-05-35 від 07.05.2020)
20. Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань (№ 551, введене в дію Наказом ректора № 182-05-35 від 07.05.2020)