

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
“МАРКЕТИНГ”**

**першого (бакалаврського) рівня  
за спеціальністю D5 Маркетинг  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право  
Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу**



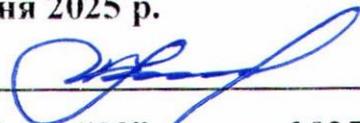
**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

Голова вченої ради  Ігор ЦЕПЕНДА

(протокол № 04 від “25” березня 2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію

з “01” вересня 2025 р.

В.о.ректора  Ігор ЦЕПЕНДА

(наказ № 390 від “09” травня 2025 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ  
Освітньо-професійної програми Маркетинг

ЗАПРОЦОНОВАНО:

Гарант освітньої програми Н. Грець Наталя ГРЕЧАНИК  
Члени робочої групи М. Романюк Михайло РОМАНЮК  
І. Благун Іван БЛАГУН  
О. Ткач Олег ТКАЧ  
С. Шурпа Світлана ШУРПА  
Ю. Копчак Юрій КОПЧАК  
У. Савків Уляна САВКІВ  
Г. Михайлів Галина МИХАЙЛІВ  
К. Колєдіна Катерина КОЛЄДІНА  
Л. Гринів Любов ГРИНІВ  
Н. Судук Наталія СУДУК  
Т. Мигович Тетяна МИГОВИЧ

ВНЕСЕНО:

Кафедра менеджменту і маркетингу  
Протокол № 10 від «20» травня 2025 р.  
Завідуючий кафедри М. Романюк Михайло РОМАНЮК

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою економічного факультету  
Протокол № 4 від «20» травня 2025 р.  
Голова вченої ради І. Благун Іван БЛАГУН

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказ ректора № 390 від «09» 05 2025 р.

ВВЕДЕНО У ДІЮ З:

«01» вересня 2025 р.

Навчально-методичний відділ  
Начальник Ірина Солонець Ірина СОЛОНЕЦЬ

## ПЕРЕДМОВА

У Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» провадиться з 1998 року.

За відсутності стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», ОП «Маркетинг» підготовки бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено відповідно до Наказу МОН України №1151 від 06.11.2015р. «Про затвердження переліку галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затверджено Вченою Радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (протокол №7 від 30.08.2016 р.) та введено в дію Наказом ректора університету №47/06-12-з від 30.08.2016р.

ОП встановлювала нормативний зміст навчання, вимогу до змісту, обсягу та рівня освітньо-професійної підготовки бакалавра з спеціальності «Маркетинг». Програмою визначено перелік навчальних дисциплін циклів загальної та професійної підготовки (в тому числі практичної підготовки та вибіркового дисциплін), кількість кредитів ECTS (240) та обсяг годин.

Після затвердженого МОН України Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ № 1343 від 05.12.2018 р.) у 2019 році на основі цього Стандарту було розроблено ОП «Маркетинг», затверджено Вченою Радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (протокол №2 від 26.02.2019 р.) та введено в дію Наказом ректора університету № 43/06-12-с від 22.04.2019р.

У 2020 році, згідно врахування зауважень та побажань стейкхолдерів (студентів, роботодавців, громадської організації) та з метою підвищення привабливості ОП «Маркетинг» на ринку освітніх послуг, освітня програма була переглянута та приведена у відповідність до положення про «Порядок підготовки документів для проведення ліцензування спеціальностей ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

У 2022 році рішенням національного агенства із забезпечення якості вищої освіти № 3259 освітньо-професійну програму 075 «Маркетинг» акредитовано до 01.07.2026р .

Відповідно розпорядження №31-р від 09.03.2023 розпочата процедура оновлення освітньо-професійної програми відповідно Положення «Про освітні програми у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (розділ III); рішенням кафедри протокол № 10 від 07.04.2023 р., розпорядженням декана економічного факультету №5 від 20.05.2023р. затверджено склад робочої групи освітньої програми.

Відповідно розпорядження декана економічного факультету №12 від 29.01.2024р. знову оновлено склад робочої групи ОП «Маркетинг» першого бакалаврського рівня. Проект ОП обговорений на засіданні кафедри менеджменту і маркетингу (протокол №5 від 21.03.2024 р.) та направлений для подальшого оприлюднення згідно процедури. Враховуючи відгуки та

зауваження стейхолдерів, оновлений проєкт обговорено на засіданні кафедри (протокол № 6 від 16.05.2024) та затверджений вченою радою економічного факультету (протокол №3 від 20.05.2024 р.). Програма введена в дію наказом ректора університету №80/06-12-с від 30.08.2024 року.

У 2025 року згідно до розпорядження ректора №32-р від 11.02.2025 р. внесені зміни у розділи програми «Загальні компетентності» та «Результати навчання» відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» № 842 від 13.06.2024 р. Додатково, на виконання наказу ректора № 304 від 15.04. 2025 р. «Про включення базової загальновійськової підготовки до освітніх програм університету», введено у вибіркові навчальні дисципліни ОК Базова загальновійськова підготовка громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських (теоретична підготовка).

Освітня програма «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг, галузі знань D Бізнес, адміністрування та право першого (бакалаврського) рівня вищої освіти введена у дію з 01 вересня 2025 р. згідно наказу ректора № 390 від 09 травня 2025 р. на виконання рішення вченою радою університету(протокол № 48 від 25 березня 2025р.), відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 19 листопада 2024 р. №1625 «Про особливості запровадження змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 року № 1021»

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг. Вона розроблена на компетентністному підході підготовки бакалаврів за спеціальністю D5 Маркетинг та визначає програмні результати навчання.

Відповідно до ст. 1 "Основні терміни та їх визначення" Закону України "Про вищу освіту": освітня програма - система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

- розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;
- розроблення засобів оцінювання (ідентифікація компетентностей та вимірювання результатів навчання) якості вищої освіти;
- внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки здобувачів; атестації здобувачів;

- акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю (спеціалізації за наявності);
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів спеціальності.

Освітня програма враховує вимоги Закону України "Про вищу освіту", Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 і встановлює: обсяг та термін навчання бакалаврів; загальні компетентності; спеціальні компетентності; програмні результати навчання; перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми; вимоги до структури навчальних дисциплін.

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі вищої освіти, які навчаються у Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку бакалаврів з спеціальності D5 Маркетинг;
- екзаменаційна комісія спеціальності D5 Маркетинг;
  - приймальна комісія Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;
- стейкхолдери.

Освітньо-професійну програму розроблено робочою групою спеціальності D5 Маркетинг у складі:

<b>Робоча група спеціальності 075 «Маркетинг»</b>			
№	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, звання
1.	Гречаник Наталія Юріївна (гарант освітньої програми)	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
2.	Благун Іван Іванович	професор кафедри менеджменту і маркетингу	доктор економічних наук, професор
3.	Романюк Михайло Дмитрович	професор кафедри менеджменту і маркетингу	доктор економічних наук, професор
4.	Шурпа Світлана Ярославівна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент

5.	Копчак Юрій Степанович	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
6.	Савків Уляна Степанівна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
7.	Ткач Олег Володимирович	професор кафедри менеджменту і маркетингу	доктор економічних наук, професор
8.	Михайлів Галина Василівна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
9.	Гринів Любов Володимирівна	доцент кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук, доцент
10.	Коледіна Катерина Олександрівна	викладач кафедри менеджменту і маркетингу	кандидат економічних наук
11.	Мигович Тетяна Василівна	доцент кафедри фінансів	кандидат економічних наук, доцент
12.	Судук Наталія Василівна	доцент кафедри економічної кібернетики	кандидат економічних наук, доцент

### Провідні фахівці галузі

№	ПІБ	Місце роботи та сфера діяльності
1.	Король Роман Олегович	Директор з маркетингу ТОВ «Надія»; роботодавець; випускник кафедри
2.	Харук Роман Романович	Депутат міської ради, радник міського голови м. Івано-Франківськ, підприємець, голова ГО «Науково – аналітичний центр розвитку Івано-Франківської об'єднаної територіальної громади»
4.	Втерковський Дмитро Дмитрович	Генеральний директор ДП «ВО Карпати». Почесний професор Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (з 2019 р.).
5.	Кубарич Тарас Володимирович	Підприємець; випускник програми
6.	Медведик (Берлін) Ганна Володимирівна	Маркетолог мережі ТМ «Рибак»; випускниця програми

**Випускники програми**

1.	Гулей Мар'яна Василівна	Менеджер з продажу ТМ «Масяня»; випускниця програми
2.	Медведик (Берлін) Ганна Володимирівна	Маркетолог ТОВ «М'ясо-ІФ», ТМ «Рибак»; випускниця програми
3.	Кубарич Тарас Володимирович	Підприємець, випускник програми
4.	Вінтоняк Любомир Васильович	Випускник програми

**Здобувачі програми**

1.	Сасин Христина Миколаївна	Студентка
2.	Гоцуляк Лілія Тарасівна	Студентка

# 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

## 1. Загальна інформація

<b>Повна назва навчального закладу та структурного</b>	Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника Економічний факультет Кафедра менеджменту і маркетингу
<b>Ступінь освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Перший (бакалаврський) рівень Бакалавр маркетингу Спеціальність: D5 Маркетинг Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право
<b>Офіційна назва програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
<b>Тип диплома та обсяг програми</b>	Диплом бакалавра. 240 кредитів ЄКТС: нормативний строк підготовки 3 роки 10 місяців.
<b>Наявність акредитації</b>	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, рішення № 14560, акредитовано до 01.07.2026 р.
<b>Цикл/рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти: FQ-ЕНЕА - перший цикл, EQF-LLL - 6 рівень, НРК - 6 рівень
<b>Передумови</b>	<p>1. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</p> <p>2. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- спеціальностей галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, а також спеціальності С1 Економіка – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li><li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.</li></ul> <p>- на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.</p>

	<p>Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.</p> <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.</p>
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	Акредитовано до 01.07.2026 року
<b>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://nmv.pnu.edu.ua/bakalavrat/">https://nmv.pnu.edu.ua/bakalavrat/</a>
<b>2. Мета (ціль) освітньої програми</b>	
<p>Основною метою освітньої діяльності ПНУ за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітнього рівня бакалавр є професійна підготовка фахівця, що володіє сучасним економічним мисленням та здатний забезпечити ефективне виконання завдань маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями всіх галузей та сфер економіки в умовах невизначеності ринкового середовища та подальшого фахового вдосконалення у контексті глобальних тенденцій розвитку, світових цінностей та регіональних потреб.</p> <p>Мета освітньої програми відповідає стратегії розвитку Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника на 2020-2027</p>	
<b>3. Характеристика програми</b>	
<b>Предметна область, напрям</b>	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: формування системи знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, здатних забезпечити ефективне виконання випускником завдань маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища та фахового вдосконалення у</p>

	<p>контексті глобальних тенденцій, світових цінностей та регіональних потреб</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу, як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно - категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; організація маркетингової діяльності та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p>
<b>Орієнтація програми</b>	<p>Освітньо-професійна підготовка бакалавра має прикладний характер.</p> <p>Програма спрямована на формування системи економічних знань, підготовку здобувача до професійної економічної діяльності, забезпечує формування повного комплексу фахових компетенцій для ефективної маркетингової діяльності та можливість подальшого професійного зростання.</p>
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	<p>Загальна програма «Маркетинг».</p> <p>Вища освіта освіти за спеціальністю D5 Маркетинг у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право</p> <p>Фокус програми спрямований на підготовку фахівців з маркетингу, що володіють компетенціями та адаптивністю для провадження маркетингової діяльності у системі управління підприємствами, установами, організаціями всіх галузей та сфер із врахуванням регіональних потреб та викликів сучасності.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, комплекс маркетингу.</p>
<b>Особливості та відмінності</b>	<p>Особливість освітньої програми досягається поєднанням навчальних компонент, вивчення яких забезпечує досягнення цілей навчання, формування відповідних компетентностей та програмних результатів; врахування особливостей маркетингової діяльності у різних сферах і галузях економіки, а також регіональний аспект. Налагоджено партнерство, співпраця та проходження виробничої практики з підприємствами, установах, організаціями регіону.</p> <p>Освітня програма містить можливість вибору здобувачем індивідуальної освітньої траєкторії, яка дозволить поглибити рівень фахових</p>

	<p>компетентностей та повністю або частково досягти особистісних і професійних результатів навчання.</p> <p>Регіональний контекст освітньої програми підсилюється можливістю вільного вибору тем курсових та кваліфікаційних робіт, розгляді аналітичних ситуацій на практичних заняттях, проведенні наукових досліджень.</p> <p>Результатом фахової підготовки є синергія економічних знань, формування практичних навиків маркетингової діяльності та прийняття управлінських рішень; здатності випускника до швидкої адаптації в умовах турбулентного середовища для розв'язання завдань маркетингу суб'єктів ринкових відносин з врахуванням цілей сталого розвитку та регіональних потреб.</p>
<p><b>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні, сільськогосподарські); органи державного та муніципального управління, приватне підприємництво.</p> <p>Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати свої компетентності: на підприємствах усіх галузей промисловості та с/г; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у в фінансовій сфері; у в сфері digital-маркетингу; в рекламній галузі; в некомерційній сфері; в сфері освіти; freelancer; започаткувати власну справу.</p> <p>Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за Національним класифікатором України, Класифікатор професій ДК 003:2010, розд.4.3 «Фахівці», а саме: технічні та торговельні представники: брокер, дилер, торговець (власність), фахівець із організації дозвілля, мерчандайзер, комівояжер, агент комерційний, торговець промисловий, інспектор торговельний, організатор з постачання, організатор із збуту, торговельний брокер (маклер), агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами), помічник керівника підприємства(установи, організації) помічник керівника іншого основного підрозділу, помічник керівника малого підприємства</p>

	без апарату управління, фахівець з інтерв'ювання, інспектор з експорту.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжувати навчання за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти.
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання.</p> <p>Лекції, лабораторні роботи, практичні заняття, самостійна робота з підручниками, навчальними посібниками, використання дистанційної платформи університету <a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a>, консультації з викладачами, виконання курсових робіт, проходження практик. Впровадження в навчальний процес методів інтерактивного навчання таких як: відпрацювання навичок; робота у групах; інтерактивні презентації; дискусії; мозкові штурми; рольові ігри; аналіз історій і ситуацій; підготовка індивідуальних та групових проектних завдань та проведення відповідних досліджень.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Види контролю: поточний, тематичний, модульний, підсумковий (екзамен/залік), контроль самостійної роботи студента.</p> <p>Форми контролю: поточне опитування, тестовий контроль, письмові есе, консультації з викладачами, презентація, захист звітів з практики; захист курсових робіт; усно - письмові екзамени, заліки.</p> <p>Підсумкова атестація – захист бакалаврської роботи.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється на основі 100-бальної шкали, визначеною ЄКТС.</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.

<p><b>Загальні компетентності (ЗК)</b></p>	<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>ЗК 10. 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><b>Спеціальні компетентності (СК)</b></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані (фахові) знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні</p>

	<p>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 інноваційної 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><b>7. Програмні результати навчання</b></p>	
	<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</p>

розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

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.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу,

	<p>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> <p>ПРН 19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміти застосовувати їх п професійній діяльності</p>
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо–професійної програми є штатними співробітниками Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації.</p> <p>До навчального процесу можуть бути залученні фахівці–практики від підприємств, установ, організацій, а також професійних асоціацій та об’єднань для викладання окремих дисциплін.</p> <p>До викладання дисциплін англійською мовою допускаються працівники, що мають рівень не менше B2 володіння англійською мовою.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Загальна площа приміщень університету –103221,3 кв.м, навчальних – 32209,36 кв.м., навчальні корпуси університету відповідають показникам нормованої площі. Забезпечено умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами.</p> <p>Освітній процес провадиться за розкладом з дотриманням норм охорони праці.</p>

<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>Офіційний сайт університету <a href="https://pnu.edu.ua/">https://pnu.edu.ua/</a>, сайт кафедри <a href="https://kmim.pnu.edu.ua/">https://kmim.pnu.edu.ua/</a>.</p> <p>Навчальний процес забезпечується інформаційними, навчальними, методичними ресурсами, корпоративною поштою, платформою дистанційного навчання <a href="https://d-learn.pro/">https://d-learn.pro/</a>, Матеріали оновлюються на адаптуються до цілей освітньої програми. Функціонують комп'ютерні класи, наукова бібліотека університету та читальні зали <a href="http://lib.pnu.edu.ua/">http://lib.pnu.edu.ua/</a>, соціальна інфраструктура, спортивні зали, студентський простір «Параграф».</p>
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Національна академічна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника та закладів-партнерів.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>На основі двосторонніх договорів між Прикарпатським національним університетом імені Василя Стефаника та закладами вищої освіти закордонних країн-партнерів.</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на згідно чинного законодавства.</p>

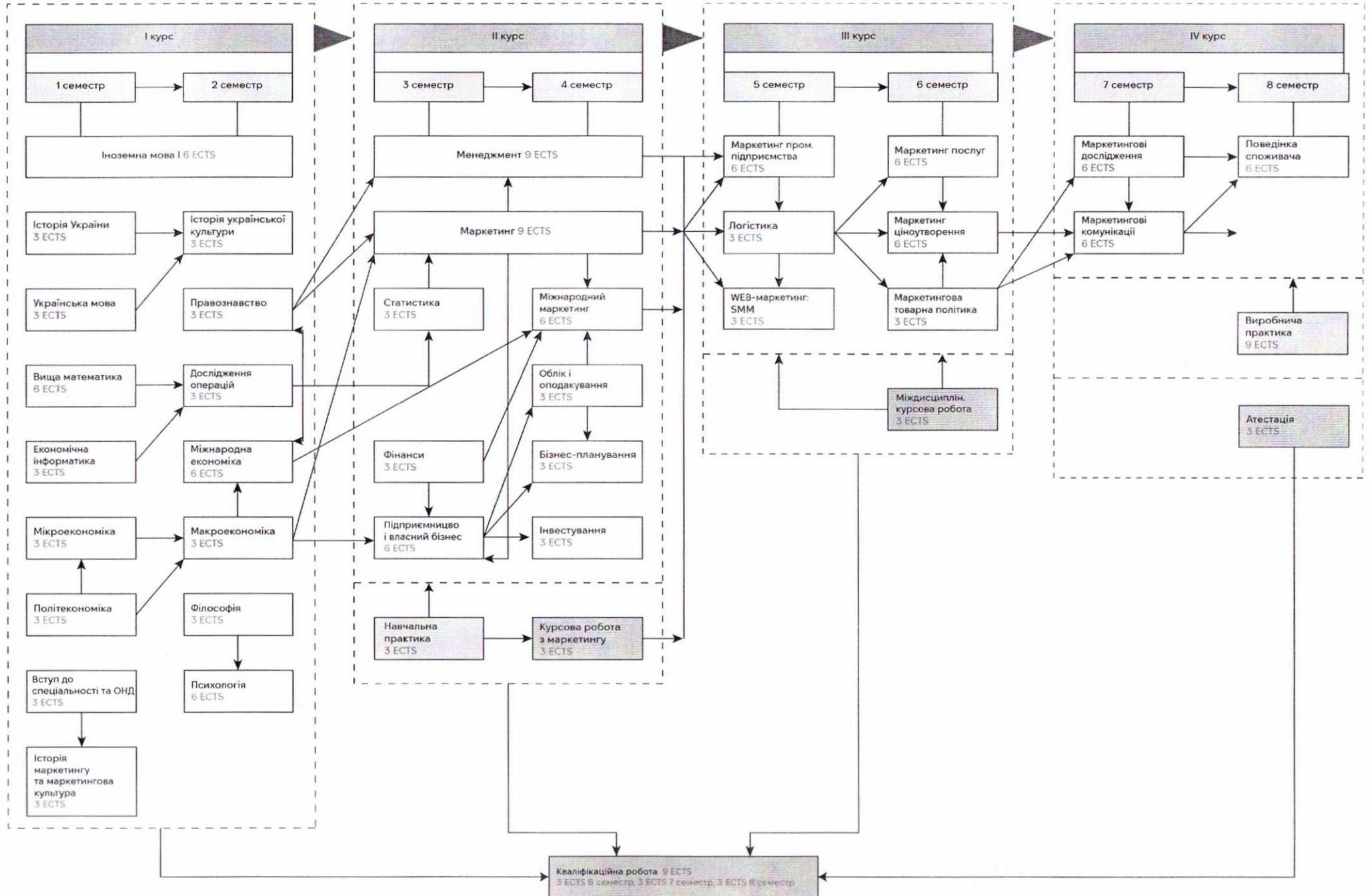
## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 2.1. Перелік компонент освітньої програми (ОП)

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. ОBOB'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<b>1.1. Цикл загальної підготовки</b>			
OK1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
OK 2.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен
OK 3.	Історія України	3	залік
OK 4.	Філософія	3	залік
OK 5.	Правознавство	3	залік
OK 6.	Психологія	6	екзамен
OK 7.	Історія української культури	3	залік
<b>Всього за циклом 1.1</b>		<b>27</b>	
<b>1.2. Цикл професійної підготовки</b>			
<b>1.2.1. Теоретична підготовка</b>			
OK 8.	Вища математика	6	екзамен
OK 9.	Економічна інформатика	3	екзамен
OK 10.	Дослідження операцій	3	залік
OK 11.	Вступ до спеціальності та ОНД	6	екзамен
OK 12.	Історія маркетингу та маркетингова культура	3	залік
OK 13.	Політекономія	3	екзамен
OK 14.	Мікроекономіка	3	залік
OK 15.	Макроекономіка	3	екзамен
OK 16.	Міжнародна економіка	6	екзамен
OK 17.	Фінанси	3	екзамен
OK 18.	Інвестування	3	залік
OK 19.	Менеджмент	9	залік, екзамен
OK 20.	Маркетинг	9	залік, екзамен
OK 21.	Статистика	3	залік
OK 22.	Облік і оподаткування	3	екзамен
OK 23.	Підприємництво та власний бізнес	6	екзамен
OK 24.	Міжнародний маркетинг	6	екзамен
OK 25.	Маркетинг промислового підприємства	6	екзамен
OK 26.	Маркетинг послуг	6	екзамен
OK 27.	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
OK 28.	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
OK 29.	Бізнес-планування	3	екзамен
OK 30.	Логістика	3	залік
OK 31.	Маркетингові дослідження	6	екзамен
OK 32.	Маркетингові комунікації	6	екзамен
OK 33.	Поведінка споживача	6	екзамен
OK 34.	WEB-маркетинг SMM	3	екзамен

ОК 35.	Курсова робота з Маркетингу	3	залік
ОК 36.	Міждисциплінарна курсова робота з маркетингових дисциплін	3	залік
ОК 37.	Кваліфікаційна робота	9	публічний захист
<b>Всього за п. 1.2.1.</b>		<b>138</b>	
<b>1.2.2. Практична підготовка</b>			
ОК 38.	Навчальна практика	3	залік
ОК 39.	Виробнича практика	9	залік
<b>Всього за п. 1.2.2.</b>		<b>12</b>	
<b>Всього за циклом 1.2.</b>		<b>150</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>177</b>	
<b>2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
ВК 40.	Вибіркова дисципліна 1	3	залік
ВК 41.	Вибіркова дисципліна 2	3	залік
ВК 42.	Вибіркова дисципліна 3	3	залік
ВК 43.	Вибіркова дисципліна 4. Базова загальновійськова підготовка громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських (теоретична підготовка)	3	залік
ВК 44.	Вибіркова дисципліна 5	3	залік
ВК 45.	Вибіркова дисципліна 6	3	залік
ВК 46.	Вибіркова дисципліна 7	3	залік
ВК 47.	Вибіркова дисципліна 8	3	залік
ВК 48.	Вибіркова дисципліна 9	3	залік
ВК 49.	Вибіркова дисципліна 10	3	залік
ВК 50.	Вибіркова дисципліна 11	3	залік
ВК 51.	Вибіркова дисципліна 12	3	залік
ВК 52.	Вибіркова дисципліна 13	3	залік
ВК 53.	Вибіркова дисципліна 14	3	залік
ВК 54.	Вибіркова дисципліна 15	3	залік
ВК 55.	Вибіркова дисципліна 16	3	залік
ВК 56.	Вибіркова дисципліна 17	3	залік
ВК 57.	Вибіркова дисципліна 18	3	залік
ВК 58.	Вибіркова дисципліна 19	3	залік
ВК 59.	Вибіркова дисципліна 20	3	залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>	
<b>3. АТЕСТАЦІЯ</b>			
ОК 60.	Атестація (захист роботи)	3	публічний захист
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:</b>		<b>240</b>	

## 2.2. Структурно - логічна схема освітньої програми 075 «Маркетинг»



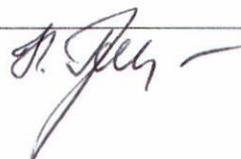
### 3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів вищої освіти - це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей.

Атестація випускників спеціальності за спеціальністю D5 Маркетинг у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується отриманням документів встановленого зразка. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форма атестації	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	<p>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.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не допускається академічний плагіат, фальсифікація та списування.</p>
<b>Атестація здобувачів</b>	<p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників.</p> <p>Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Вона працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.</p> <p>Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення закладу вищої освіти приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.</p> <p>Атестація здійснюється відкрито і публічно.</p>

Гарант ОП «Маркетинг»



Наталія ГРЕЧАНИК



**5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36	ОК37	ОК38	ОК39	ОК60		
ПРН 1	+										+	+				+	+			+																					+	
ПРН 2								+		+			+	+	+			+	+		+									+				+	+						+	+
ПРН 3																+				+	+								+			+	+								+	+
ПРН 4										+				+	+	+		+			+			+					+	+	+	+		+	+						+	+
ПРН 5						+				+			+		+				+	+		+						+				+			+	+					+	+
ПРН 6					+			+					+		+				+	+		+								+		+				+	+				+	+
ПРН 7									+													+											+	+		+					+	+
ПРН 8					+				+							+												+	+			+	+	+		+					+	+
ПРН 9								+	+	+					+	+		+	+				+	+	+			+					+						+	+	+	+
ПРН 10		+		+	+	+			+						+						+						+							+						+	+	+
ПРН 11									+				+			+							+		+				+				+		+					+	+	+
ПРН 12				+		+					+	+							+										+								+	+	+	+	+	+
ПРН 13																		+			+			+	+	+	+					+				+	+	+	+	+	+	
ПРН 14	+																				+																+	+	+	+	+	
ПРН 15		+	+		+	+	+				+	+				+										+						+	+		+					+	+	
ПРН 16	+	+									+				+															+						+	+	+		+	+	
ПРН 17	+	+					+																							+								+	+	+	+	+
ПРН 18			+	+		+	+					+									+					+								+		+	+	+			+	
ПРН 19		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

Гарант ОП «Маркетинг»



Наталія ГРЕЧАНИК

## **ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Система внутрішнього забезпечення якості вищої визначається Положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» та складається з таких процедур і заходів, передбачених законом «Про вищу освіту»:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективною системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

## НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Закон України «Про вищу освіту». <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій України від 23 листопада 2011 р. № 1341. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 "Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти".
4. Стандарт вищої освіти. Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Ступінь «бакалавр». Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг». Київ, 2018.- 14с.
5. Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010", затверджений наказом Міністерства економіки України від 29.12.2022 р. №5573 . <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v5573930-22#n5>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
7. Положення Про освітні програми у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (редакція 5), наказом ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника від 08 квітня 2025 р. № 277 <https://efund.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/12/02-07.452022-polozhennia-pro-osvitni-prohramy.pdf>

*Додаток 2*  
*до освітньої програми «Маркетинг»*

Внести зміни до освітньої програми

“Маркетинг”

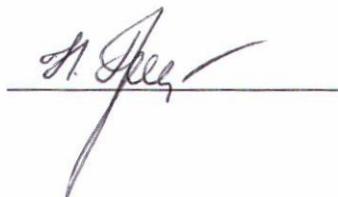
(назва освітньої програми)

а саме у розділі 2 “ Вибіркові навчальні дисципліни” запис “ВК.43. Вибіркова дисципліна 4” викласти у редакції: “ ВК.43. Вибіркова дисципліна 4. Базова загальновійськова підготовка громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських” (теоретична підготовка)” в обсязі трьох кредитів ЄКТС.

Аналогічні зміни вносяться у відповідний навчальний план освітньої програми.

\* На виконання Постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 р. № 734 “Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських” (теоретична підготовка), листа Міністерства освіти і науки України від 14.03.2025 р. № 1/4893-25 “Про запровадження базової підготовки здобувачів освіти” та наказу ректора від 10.03.2025 р. № 183 “Про запровадження в університеті базової загальновійськової підготовки”

Гарант



Наталія ГРЕЧАНИК