

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ» /

«MARKETING»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг»


спеціалізація «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ
Голова вченої ради

 / Анатолій МАЗАРАКІ/
(протокол № 3 від «24» березня » 2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію з
«26» травня » 2022 р.)

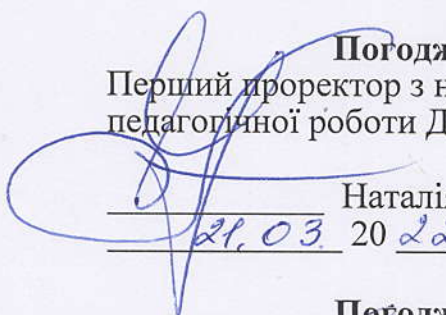
Директор ДТЕУ ДТЕУ

 / Анатолій ВДОВІЧЕН/
(казак № від «26» травня » 2022 р.)

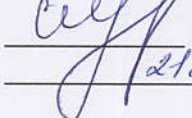
Чернівці 2022

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми ЧТЕІ ДТЕУ

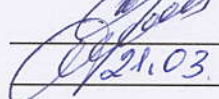
Погоджено
Перший проректор з науково-педагогічної роботи ДТЕУ


Наталія ПРИТУЛЬСЬКА
21.03.2022


Погоджено
Проректор з наукової роботи ДТЕУ


Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
21.03.2022


Погоджено
Начальник навчального відділу ДТЕУ


Сергій КАМІНСЬКИЙ
21.03.2022

Погоджено
Начальник навчально-методичного відділу ДТЕУ


Тетяна БОЖКО
14.03.2022


Погоджено
Начальник навчального відділу ЧТЕІ ДТЕУ


Ірина МУСТЕЦА
10.03.2022

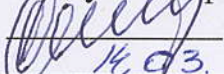
Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва ЧТЕІ ДТЕУ


Ольга ВДОВІЧЕНА
10.03.2022

Погоджено
Гарант освітньої програми ЧТЕІ ДТЕУ


Юрій ЧАПЛІНСЬКИЙ
10.03.2022

Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу ДТЕУ


Олена БОНДАРЕНКО
14.03.2022



Погоджено
Голова правління ПрАТ «Імпульс»
Олена ПЛАХУТА
12.03.2022



Погоджено
Директор ТОВ «АНТ Лтд»
Олександр ГЛІБКА
12.03.2022

Погоджено
Голова РСС ЧТЕІ ДТЕУ
Андрій ТОМНЮК
10.03.2022

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Чаплінський Ю. Б., гарант освітньої програми, к.е.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

2. Вдовічена О. Г. к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

3. Лошенко І. Р., к.т.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

4. Антонюк А., студент 4 курсу, 406 групи, спеціальності «Маркетинг».

5. Несіна-Паскар Д., студентка 3 курсу, 306 групи, спеціальності «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Плахута О. І., Голова правління ПрАТ «Імпульс».
2. Глібка О. В., директор ТОВ «АНТ Лтд».

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(за спеціалізацією «Маркетинг») – для ОС бакалавр**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Чернівецький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу, цифрової економіки та підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 рік 10 місяці
Наявність акредитації	Акредитація за спеціальністю 075 «Маркетинг» НД № 2596375 від 01.03.2016 р. термін дії 01.07.2026 р. МОН України, Україна
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти / ступінь молодшого спеціаліста ступеня «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Термін дії сертифіката про акредитацію до 1 липня 2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.chtei-knteu.cv.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Набуття компетентностей – загальних та фахових – як доведеної здатності використовувати знання, отримані навички та особисті, соціальні здатності в робочих або навчальних ситуаціях, в професійному та особистісному розвитку в сфері маркетингу	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»; Спеціальність 075 «Маркетинг»; Спеціалізація «Маркетинг».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна з прикладною орієнтацією. Спрямована на формування знань та вмінь щодо виробничої, економічної та управлінської діяльності у сфері маркетингу з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності та ризику.

<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Спеціальна освіта в сфері маркетингу за спеціальністю «Маркетинг».</p> <p><i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингові дослідження, комунікації, товарна політика, цінова політика, бізнес, реклама, логістика, зв'язки з громадськістю, товарознавство.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на:</p> <p>основних поняттях: маркетингові комунікації, економічні теорії, фінанси підприємства, управління продажем, торговельний маркетинг, торговельне обладнання, галузеві ринки, івент-маркетинг, прямий маркетинг, психологія торгівлі;</p> <p>концепціях 1) удосконалювання виробництва; 2) інтенсифікації комерційних зусиль (збуту); 3) удосконалювання товару; 4) «класичного» маркетингу; 5) соціально-етичного маркетингу; 6) екологічного маркетингу; 7) маркетингу партнерських відносин.</p> <p>принципах, які визначають закономірності підготовки фахівців: студентоцентричний, компетентнісно-орієнтований, науковості, систематичності і послідовності навчання, практико-орієнтований, міждисциплінарний;</p> <p>методи і засоби: загально- та спеціальнонаукові методи, зокрема: економічні, соціологічні, психологічні, інформаційні, методи управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>предметна область містить знання правознавства, філософії, економічної теорії, менеджменту, економіки і фінансів підприємства, товарознавства, основ електронної торгівлі, маркетингових комунікацій, поведінки споживачів, торговельного маркетингу, маркетингової товарної та цінової політики.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Поглиблена практична підготовка у сфері маркетингу та науково-дослідної роботи з наголошенням на управлінні маркетинговою діяльністю підприємства та маркетинговими комунікаційними системами, проходження практики в Україні та за кордоном з отриманням сертифікатів. Інтерактивні практичні заняття з залученням відомих практичних фахівців у сфері маркетингу.</p> <p>Програма відображає лояльності, які надає Закон України «Про вищу освіту» в контексті академічної автономії.</p>
<p>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Види та найменування економічної діяльності, до роботи за якими підготовлений бакалавр (КВЕД ДК 009:2010): Секція G. Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів</p> <p>Розділ 45. Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт</p> <p>Група 45.1 Торгівля автотранспортними засобами</p> <p>Група 45.3. Торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів</p> <p>Розділ 46. Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами</p> <p>Група 46.1. Оптова торгівля за винагороду чи на основі контракту</p>

	<p>Група 46.2. Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та живими тваринами</p> <p>Група 46.3. Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами</p> <p>Група 46.4. Оптова торгівля товарами господарського призначення</p> <p>Група 46.5. Оптова торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням</p> <p>Група 46.6. Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням</p> <p>Група 46.7. Інші види спеціалізованої оптової торгівлі</p> <p>Група 46.9. Неспеціалізована оптова торгівля</p> <p>Розділ 47. Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами</p> <p>Група 47.1. Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.2. Роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.3. Роздрібна торгівля пальним</p> <p>Група 47.4. Роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.5. Роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.6. Роздрібна торгівля товарами культурного призначення та товарами для відпочинку в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.7. Роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.8. Роздрібна торгівля з лотків і на ринках</p> <p>Група 47.9. Роздрібна торгівля поза магазинами</p> <p>Сектор L. Операції з нерухомим майном</p> <p>Розділ 68. Операції з нерухомим майном</p> <p>Грапа 68.3. Операції з нерухомим майном за винагороду або на основі контракту</p> <p>Секція М. Професійна, наукова та технічна діяльність</p> <p>Розділ 73. Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку</p> <p>Група 73.1. Рекламна діяльність</p> <p>Група 73.2. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки</p> <p>Випускники магістри спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема:</p> <p>2419 – професіонали у сфері маркетингу:</p> <p>2419.2 – консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 – економіст із збуту</p> <p>2419.2 – рекламист</p> <p>2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.</p> <p>Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень</p>

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через практику тощо. Лекції, практичні заняття, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників та конспектів лекцій, навчання через виробничу практику та професійне стажування, консультації із викладачами, підготовка до атестаційного екзамену.
Оцінювання	Письмові екзамени, практика, курсові роботи, есе, презентації, індивідуальні проекти, атестація та інші види робіт. Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів у ЧТЕІ ДТЕУ» та «Положення про організацію освітнього процесу студентів ЧТЕІ ДТЕУ»

6 – Програмні компетентності

Інтегральна компетентність (ІК)	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 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>

**Спеціальні (фахові)
компетентності (СК)**

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
- СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7 – Програмні результати навчання

- Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

	<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	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>Фахівці, що здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою «Маркетинг», повинні мати фахові знання та володіти професійними навичками у сфері маркетингу. Для проведення проблемних лекцій запрошуються провідні вітчизняні та закордонні фахівці-практики зі сфери маркетингового, рекламного, торговельного бізнесу.</p> <p>Розробники програми: 3 кандидати наук.</p> <p>Всі розробники є співробітниками Чернівецького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету</p> <p>Гарант освітньої програми: Чаплінський Ю. Б., к. е. н., доцент.</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також кваліфіковані фахівці-практики.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в. т.ч.</p>

	закордоном.
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі підготовки магістрів використовуються: <ul style="list-style-type: none"> - 4 навчальні корпуси; - 2 спеціалізованих кабінети (кабінет маркетингу та кабінет реклами); - комп'ютерні класи; - їдальня; - доступ до мережі Інтернет; - мультимедійне обладнання; - спортивний майданчик.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний сайт ЧТЕІ ДТЕУ: http://www.chtei-knteu.cv.ua Точки бездротового доступу до мережі Інтернет. Необмежений доступ до мережі Інтернет. Система дистанційного навчання : http://www.dist.chtei-knteu.cv.ua:8080 . Бібліотека – (299,7 м2 – корпус №, 84,80 м2 - корпус 1), фонд якої складає 106964 документів, із них 91817 книжкового фонду, 80470 навчальних та 12767 наукових видань, 10164 одиниць періодичних видань, 989 електронних носіїв із записом та 3994 мережевих локальних документів, що доступні користувачам бібліотеки. 2 читальні зали. Навчальні і робочі плани. Графіки навчального процесу. Навчально-методичні комплекси дисциплін. Матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін. Програми практик. Критерії оцінювання рівня підготовки. Пакети комплексних контрольних робіт.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до укладених договорів про академічну мобільність, про подвійне дипломування тощо.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність реалізується за рахунок укладання договорів про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають навчання студентів та видачу подвійного диплому тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови та особливості освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян: знання української мови на рівні не нижче В1.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

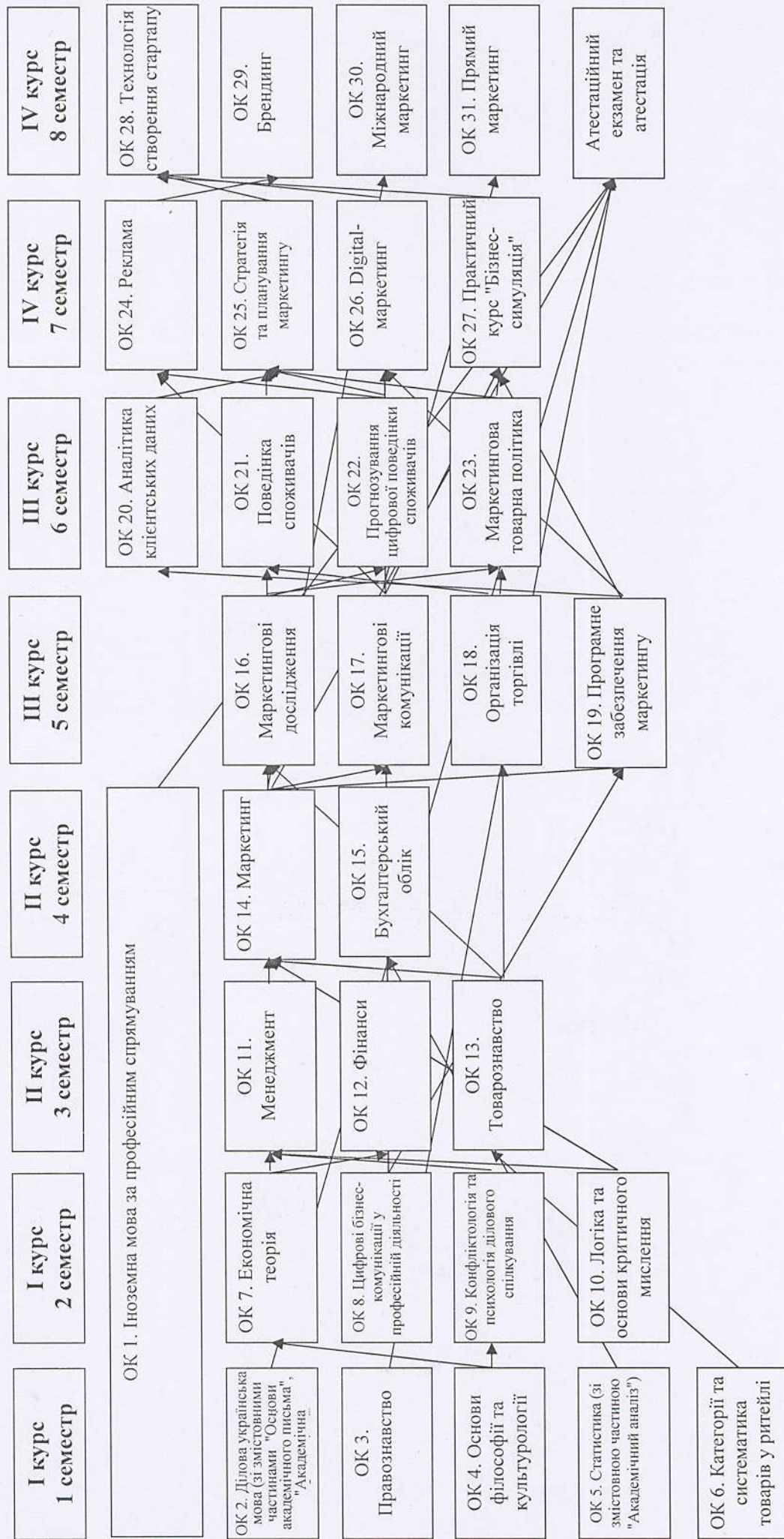
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК 1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням	20,5
ОК 2.	Ділова українська мова (зі змістовними частинами "Основи академічного письма", "Академічна доброчесність")	5
ОК 3.	Правознавство	5
ОК 4.	Історія України та української культури	5
ОК 5.	Статистика (зі змістовою частиною "Економічний аналіз")	5
ОК 6.	Категорії та систематика товарів у ритейлі	5
ОК 7.	Економічна теорія	5
ОК 8.	Цифрові бізнес-комунікації у професійній діяльності	5
ОК 9.	Конфліктологія та психологія ділового спілкування	5
ОК 10.	Основи філософії, логіки та критичного мислення	5
ОК 11.	Менеджмент	5
ОК 12.	Фінанси	5
ОК 13.	Товарознавство	5
ОК 14.	Маркетинг	5
ОК 15.	Бухгалтерський облік	5
ОК 16.	Маркетингові дослідження	5
ОК 16.1	КР з маркетингових досліджень	5
ОК 17.	Маркетингові комунікації	5
ОК 18.	Організація торгівлі	5
ОК 19.	Програмне забезпечення маркетингу	5
ОК 20.	Аналітика клієнтських даних	5
ОК 21.	Поведінка споживачів	5
ОК 22.	Прогнозування цифрової поведінки споживачів	5
ОК 23.	Маркетингова товарна політика	5
ОК 24.	Реклама	
ОК 25.	Стратегія та планування маркетингу	5
ОК 25.1	КР зі стратегії та планування маркетингу	5
ОК 26.	Digital-маркетинг	5
ОК 27.	Практичний курс "Бізнес-симуляція"	5
ОК 28.	Технологія створення стартапу	5
ОК 29.	Брендинг	5

ОК 30	Міжнародний маркетинг	5
ОК 31.	Прямий маркетинг	4,5
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		170
Вибіркові компоненти ОП		
Перелік спецкурсів (дисциплін загальноінститутського вибору)		
ВК 1.	Аналіз та планування бізнес-процесів (зі змістовною частиною "Безпека бізнесу")	5
ВК 2.	Аутсорсинг бізнесу	5
ВК 3.	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	5
ВК 4.	Економіка України (зі змістовною частиною "Зовнішньоекономічна діяльність підприємств і організацій")	5
ВК 5.	Етика підприємництва та соціальна відповідальність бізнесу	5
ВК 6.	Етнічна кулінарія	5
ВК 7.	Інтелектуальна власність	5
ВК 8.	Медіаграмотність, інформаційні війни та кібербезпека	5
ВК 9.	Організація виставкової діяльності	5
ВК 10.	Психологія торгівлі	5
ВК 11.	Публічні закупівлі	5
ВК 12.	Стратегічне управління	5
ВК 13.	Товарознавство (зі змістовною частиною "Безпечність товарів та послуг")	
ВК 14.	Управління персоналом	5
ВК 15.	Фінансова стабільність	5
Перелік вибірових дисциплін за освітньою програмою		
ВК 16.	Дизайн в рекламі	5
ВК 17.	Електронна торгівля	5
ВК 18.	Захист прав споживачів	5
ВК 19.	Івент-маркетинг	5
ВК 20.	Інформаційні системи в ритейлі	5
ВК 21.	Комп'ютерна графіка в рекламі	5
ВК 22.	Логістика	5
ВК 23.	Маркетинг послуг	5
ВК 24.	Маркетингова цінова політика	5
ВК 25.	Основи підприємництва	5
ВК 26.	Реклама в Інтернеті	5
ВК 27.	Системи прийняття рішень	5
ВК 28.	Товарознавство. Квіти	5
ВК 29.	Товарознавство. Культурні цінності	5

ВК 30.	Товарознавство. Паливно-мастильні матеріали	5
ВК 31.	Товарознавство. Послуги	5
ВК 32.	Товарознавство. Цивільна зброя	5
ВК 33.	Торговельне обладнання	5
Загальний обсяг вибіркового компонент		60
Практична підготовка		
Практична підготовка 1		4,5
Практична підготовка 2		3
Атестація		
Підготовка до атестаційного екзамену та атестація		2,5
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених відповідним стандартом вищої освіти України та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

