

Міністерство освіти і науки України  
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
МАРКЕТИНГ**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>перший (бакалаврський)</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>бакалавр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>D «Бізнес, адміністрування та право»</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>D 5 «Маркетинг»</u>

ЗАТВЕРДЖЕНО ПЕДАГОГІЧНОЮ РАДОЮ  
Черкаського державного фахового бізнес-коледжу  
протокол № 6-25/26 від 16.04.2026 року



Голова Педагогічної ради, професор Куклін О.В.

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2026 р.  
(наказ № 60 від 16.04.2026 р.)

Черкаси 2026

**ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ**  
**Освітньо-професійної програми**  
**Маркетинг**

Рівень освіти  
Галузь знань  
Спеціальність

Перший рівень (бакалаврський)  
D Бізнес, адміністрування та право  
D5 Маркетинг

1. Розглянуто та схвалено кафедрою бізнес-економіки та маркетингу  
Протокол № 8 від 7 квітня 2026 року
2. Розглянуто та затверджено методичною радою  
Протокол № 06-25/26 від 15 квітня 2026 року
3. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:  
Радченко О.Ю., технічний директор ТОВ «Логістик Черкаси»  
Жук М.В., Директор ТОВ «Київ-Атлантик Україна»  
Стеценко К.Ю., директор ТОВ Черкаси Профіль
4. Участь здобувачів освіти: Проект програми обговорено та погоджено з органами студентського самоврядування Черкаського державного фахового бізнес-коледжу.

## Передмова

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень / Бакалавр
<b>Ступінь, що присвоюється</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	D - Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	D 5 - Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Обмеження відсутні
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр з маркетингу

### «РОЗРОБЛЕНО»

Проектною групою кафедри бізнес-економіки та маркетингу у складі:

канд. екон. наук, доцент Маренич А.І.

канд. пед. наук, Лисенко О.М.

канд. пед. наук, доцент Іванова І.В.

Освітня програма створена на основі Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343, наказу МОН України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» № 842 від 13.06.2024р., а також з урахуванням Постанови Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2022 р. № 1392 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від „01”червня 2016 № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584), положень Закону України "Про вищу освіту" та Постанови КМУ від 30 серпня 2024 р. № 1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти».

ОПП «Маркетинг» на 2026-2027 н.р. розроблена з урахуванням досвіду її реалізації у 2025- 2026 н.р.

## 1. Профіль освітньо-професійної програми

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	D «Бізнес, адміністрування та право»
<b>Спеціальність</b>	D5 «Маркетинг»
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Обмеження відсутні
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр з маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти «Бакалавр» Спеціальність D5 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг»
<b>Мета освітньої програми</b>	Підготовка висококваліфікованих фахівців – бакалаврів з маркетингу, які володіють відповідними компетентностями та системою загальнонаукових і спеціальних методів, професійних маркетингових стратегій, методик, технологій, що забезпечують успішну діяльність суб'єкта господарювання на ринку.
<b>Фокус та особливості (унікальність) програми</b>	Освітня програма «Маркетинг» орієнтована на формування практичних і цифрових компетентностей через навчання на реальних бізнес-кейсах із використанням data-driven підходу та розвитком підприємницького мислення.
<b>Опис предметної області</b>	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструментарій та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Академічні права</b>	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>Працевлаштування випускників</b>	За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня. За професійним стандартом «Фахівець з методів розширення збуту

	(Маркетолог) від 09.01.2025 р. випускники спеціальності D5 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня можуть працювати фахівцями з методів розширення ринків збуту (маркетологом), 2419.2, що відповідає 6 рівню НРК на посадах маркетологів, фахівців з маркетингу, фахівців з методів розширення збуту; бренд-маркетолога; трейд-маркетолога; цифрового маркетолога.
Оцінювання	Форми контролю знань студентів: поточний; підсумковий (усні та письмові екзамени, захист звітів з практики). Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою.
<b>II Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти</b>	
Обсяг програми у ЄКТС	Обсяг освітньої програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти - 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста); - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою вищої освіти. 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 Мінімум 50% обсягу освітньої програми виділяється для забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за даною спеціальністю визначених цим Стандартом вищої освіти.
<b>IV Перелік компетентностей випускника</b>	
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	ЗК1. Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

	<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>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</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 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><i>Компетентності визначені освітньою програмою</i></p> <p>СК15. Здатність проводити моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень.</p> <p>СК16. Здатність планувати і проваджувати ефективну маркетингову діяльність через використання сучасних цифрових інформаційних та комунікаційних технологій.</p>

#### V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для 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 нефаківцям 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 громадськосвідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

#### ***Програмні результати визначені освітньою програмою***

ПРН 19. Демонструвати вміння проводити моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та використовувати його результати при прийнятті маркетингових рішень.

ПРН 20. Демонструвати вміння використовувати сучасні цифрові інформаційні та комунікаційних технологій для планування і вирішення практичних маркетингових завдань.

### **VI - Форма атестації здобувачів вищої освіти**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється формі публічного захисту кваліфікаційної роботи бакалавра за спеціальністю D5 «Маркетинг».
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	Атестація осіб, які здобувають ступінь вищої освіти «бакалавр», здійснюється ЕК, до складу якої можуть входити представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Кваліфікаційна робота бакалавра допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений Черкаським державним

	<p>фаховим бізнес-коледжем. Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом бакалаврських кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату кваліфікаційні роботи мають бути оприлюднені на офіційному сайті Черкаського державного фахового бізнес-коледжу.</p>
--	--

## VI. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), Закону України «Про вищу освіту», ЗУ «Про академічну доброчесність» та інші нормативно-правові акти.

<p><b>Принципи та процедури забезпечення якості вищої освіти</b></p>	<p>Система забезпечення Черкаським державним фаховим бізнес-коледжем якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), базується на таких принципах і передбачає наступні процедури:</p> <p><i>Принципи забезпечення якості освіти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- відповідальність за якість вищої освіти, що надається;</li> <li>- забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;</li> <li>- забезпечення якості сприяє розвитку культури якості;</li> <li>- забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, усіх інших стейкхолдерів та суспільства.</li> </ul> <p><i>Процедурами забезпечення якості освіти є:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти;</li> <li>- розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;</li> <li>- розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних та педагогічних працівників та регулярного оприлюднення таких оцінювань на офіційному сайті Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, інформаційних стендах;</li> <li>- організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;</li> <li>- формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою;</li> <li>- створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;</li> <li>- оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітню програму;</li> <li>- розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти;</li> <li>- інші процедури і заходи.</li> </ul>
<p><b>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</b></p>	<p>Моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм здійснюється з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства та спрямований на безперервне їх вдосконалення.</p> <p>Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, необхідно інформувати всі зацікавлені сторони.</p> <p>Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створювати сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері економіки, в т.ч. міжнародної, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;</li> <li>- потреб суспільства, що змінюються;</li> <li>- навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми;</li> <li>- ефективності процедур оцінювання студентів;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання;</li> <li>- навчального середовища, його відповідності меті і змісту освітньої програми;</li> <li>- якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти.</li> </ul> <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів.</p>
<p align="center"><b>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників</b></p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері;</li> <li>- критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь;</li> <li>- оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання;</li> <li>- оцінювання проводиться предметною комісією у складі не менше двох осіб;</li> <li>- процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини;</li> <li>- оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур;</li> <li>- наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти.</li> </ul> <p>Оцінювання науково-педагогічних та педагогічних працівників здійснюється щорічно на основі аналізу звітів про виконання індивідуальних планів роботи викладача, в т.ч. планів науково-методичної роботи НПП на підсумкових засіданнях кафедри.</p>
<p align="center"><b>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників</b></p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обов'язковості та періодичності проходження професійного стажування і підвищення кваліфікації;</li> <li>- прозорості процедур організації професійного стажування та підвищення кваліфікації;</li> <li>- моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності;</li> <li>- обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність;</li> <li>- оприлюднення результатів професійного стажування та підвищення кваліфікації.</li> </ul>
<p align="center"><b>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</b></p>	<p>Черкаський державний фаховий бізнес-коледж забезпечує освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, навчально-методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку якісного навчання студентів.</p> <p>При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти у навчальному закладі враховуються потреби різноманітного студентського контингенту (такого як працюючі, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості освіти коледжу гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.</p>
<p align="center"><b>Наявність інформаційних систем для ефективного управління</b></p>	<p>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 компанії, планування та організація</p>

<p><b>освітнім процесом</b></p>	<p>навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності, в т.ч. методичної і навчальної роботи; моніторинг дотримання стандартів якості освіти; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.</p>
<p><b>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</b></p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю D5 «Маркетинг» публікується на сайті Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю D5 «Маркетинг» включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.</p>
<p><b>Дотримання академічної доброчесності працівниками закладу вищої освіти та здобувачами вищої освіти, запобігання та виявлення академічного плагіату</b></p>	<p>Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в Черкаському державному фаховому бізнес-коледжі, базується на таких принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дотримання загальноприйнятих принципів моралі;</li> <li>- демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм та положень;</li> <li>- повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної належності;</li> <li>- дотримання норм законодавства про авторське право;</li> <li>- посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей;</li> <li>- самостійне виконання індивідуальних завдань.</li> </ul> <p>У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих положень і норм Черкаського державного фахового бізнес-коледжу.</p>

**ДОДАТКИ**  
**Перелік компонент освітньо-професійної програми**

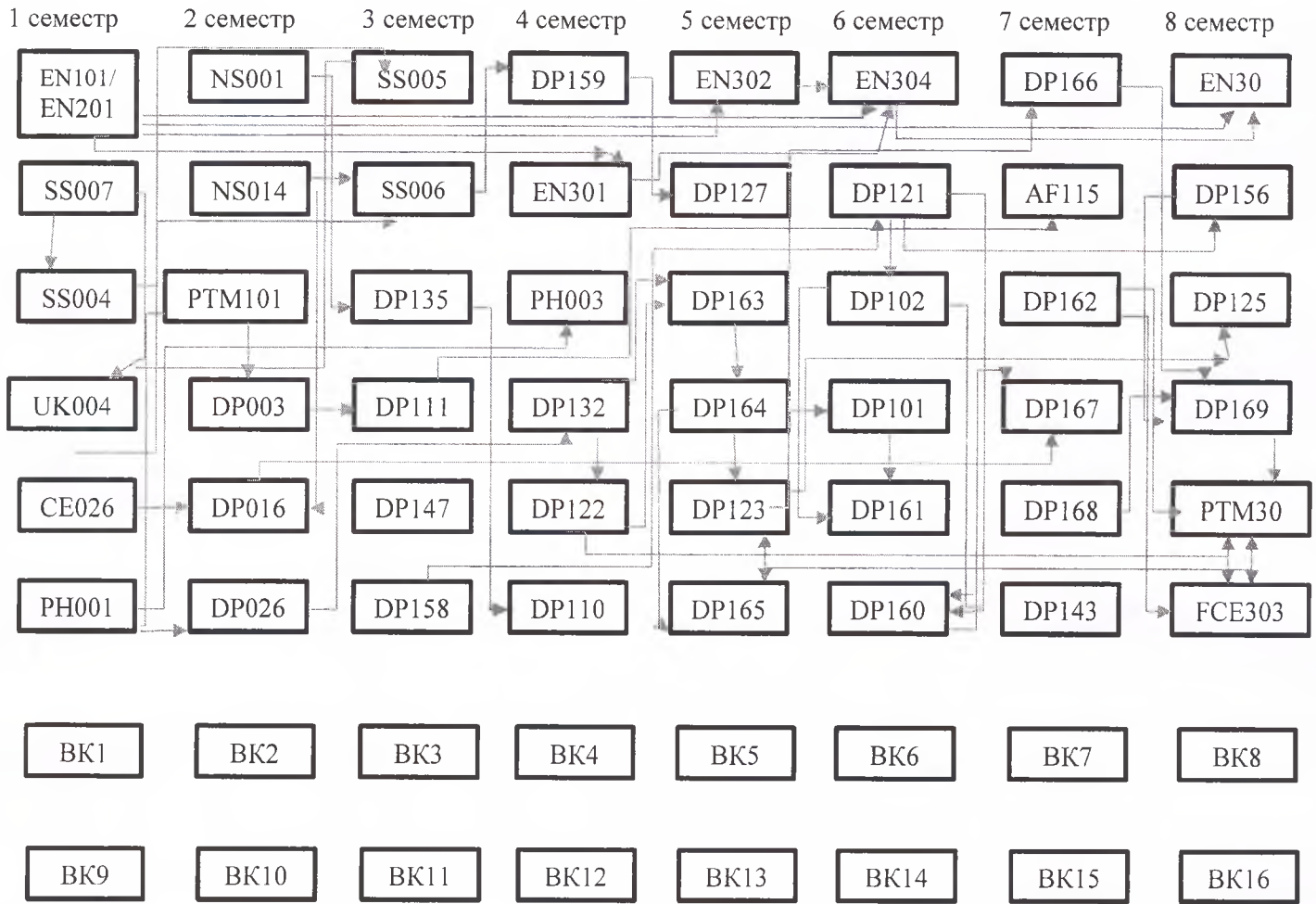
Додаток 1

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<b>Обов'язкові освітні компоненти, які забезпечують загальні компетентності</b>			
EN101/ EN201	Professional English in use	6	Залік
SS007	Політологія, філософія, культурологія (Politology, Philosophy, Cultural Studies)	3	Екзаменен
SS004	Правознавство (Science of Law)	3	Екзаменен
UK004	Українські студії: професійна риторика та документознавство (Ukrainian Studies: Professional Rhetoric and Records Management)	3	Залік
CE026	Інформатика та комп'ютерні технології (Computer Science and Computer Technologies)	3	Залік
PH001	Фізична культура (Physical Education)	3	Залік
NS001	Вища математика / Higher mathematics	3	Залік
NS014	Безпека життєдіяльності та охорона праці / Life Safety and Occupational Health	3	Залік
SS005	Історія української культури / History of Ukrainian Culture	3	Залік
SS006	Господарське право та господарський процес / Commercial Law and Economic Process	3	Залік
DP135	Теорія ймовірності та математична статистика / Theory of Probability and Mathematical Statistics	3	Екзаменен
DP159	Антикорупційна діяльність та доброчесність / Anti-Corruption and Integrity	3	Залік
EN301	Communicative English	3	Залік
PH003	Основи національного супротиву / Fundamentals of National Resistance	3	Залік
EN302	Бізнес англійська (Business English)	3	Залік
DP127	Основи наукових досліджень (Fundamentals of Scientific Research)	3	Залік
EN304	Introduction to Public Speaking (Eng)	3	Залік
DP121	Лідерство в бізнесі / Leadership in Business	3	Залік
EN305	Академічне письмо / Academic Writing	3	Залік
<b>Обов'язкові освітні компоненти, які забезпечують фахові компетентності</b>			
PTM101	Навчальна практика	6	Залік
DP003	Економіка і фінанси підприємства (Enterprise Economy and Finance)	6	Екзаменен
DP016	Інформаційні системи і технології в діяльності підприємства / Information Systems and Technologies at the Enterprise	3	Залік
DP026	Основи маркетингу (Fundamentals of Marketing)	3	Екзаменен
DP111	Економікс (Economics)	6	Екзаменен
DP147	Ринок праці та людський капітал (Labour Market and Human Capital)	3	Залік
DP158	Менеджмент (Management)	3	Залік
DP132	Поведінка споживача / Consumer Behavior	6	Екзаменен
DP122	Маркетингові дослідження / Marketing Research	6	Екзаменен
DP110	Економіко-математичні методи та моделі (Economic and Mathematical Methods and Models)	3	Залік

1	2	3	4
DP163	Управління продажами та мерчандайзинг (Sales Management and Merchandising)	6	Екзаменен
DP164	Інфраструктура ринку (Market Infrastructure)	3	Екзаменен
DP123	Маркетингова товарна політика / Marketing Product Policy	3	Залік
DP165	Маркетингові комунікації (Marketing Communications)	3	Залік
DP102	Бізнес-планування (Business Planning)	6	Екзаменен
DP161	Статистика в бізнесі / Business Statistics	3	Залік
DP160	Соціальна відповідальність бізнесу / Corporate Social Responsibility	3	Залік
DP101	Аналіз галузевих ринків (Analysis of Industry Markets)	6	Екзаменен
DP166	Промисловий маркетинг (Industrial Marketing)	6	Екзаменен
AF115	Фінансово-економічна безпека / Financial-Economic Security	3	Залік
DP162	Практикум з підготовки кваліфікаційної роботи / Workshop on Preparation of Qualification Work	3	Залік
DP167	ІКТ в рекламі та просуванні товарів (Information and Computer Technologies in Advertising and Product Promotion)	3	Залік
DP168	Трейд-маркетинг (Trade Marketing)	3	Екзаменен
DP143	Стратегічний маркетинг / Strategic Management	3	Залік
DP156	Управлінські рішення та ризики у бізнес-процесах (Management Decisions and Risks in Business Processes)	3	Екзаменен
DP125	Міжнародний маркетинг (International Marketing)	3	Залік
DP169	Управління маркетингом на підприємстві (Marketing Management at the Enterprise)	3	Екзаменен
PTM303	Переддипломна практика (Pre-Diploma Training)	6	захист
FCE303	Кваліфікаційна робота бакалавра / Bachelor's Qualification Paper	6	захист
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		180	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
<b>Вибіркові освітні компоненти, які забезпечують фахові компетентності</b>			
ВК1	Дисципліна за вибором студента	6	Залік
ВК2	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК3	Дисципліна за вибором студента	6	Залік
ВК4	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК5	Дисципліна за вибором студента	6	Залік
ВК6	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК7	Дисципліна за вибором студента	6	Залік
ВК8	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
<b>Вибіркові освітні компоненти, які забезпечують загальні компетентності</b>			
ВК9	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК10	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК11	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК12	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК13	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК14	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК15	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
ВК16	Дисципліна за вибором студента	3	Залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		60	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		240	

Додаток 2

Структурно-логічна схема ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти





Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19	ПРН20
EN101/ EN201										+							+			
SS007															+			+		
SS004			+												+					
UK004										+							+			
CE026								+												+
PH001																		+		
NS001		+		+																
NS014									+						+			+		
SS005															+			+		
SS006			+												+					
DP135		+		+																
DP159													+		+					
EN301										+							+			
PH003															+			+		
EN302										+							+			
DP127				+								+				+				
EN304										+							+			
DP121										+			+	+	+					
EN305										+							+			
PTM101	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+			+	+
DP003		+		+	+	+			+		+								+	
DP016				+			+													+
DP026	+	+	+		+															
DP111		+		+	+						+									
DP147		+			+	+													+	
DP158			+			+				+	+		+	+						
DP132		+	+	+	+														+	
DP122				+	+		+			+		+							+	+
DP110		+		+			+													
DP163			+	+		+		+		+	+			+						
DP164		+			+	+														
DP123			+			+		+		+	+			+						
DP165			+	+			+	+		+	+			+			+			+
DP102			+	+		+		+	+				+							
DP101		+		+			+													
DP161										+					+			+		
DP160		+		+	+	+													+	
DP166			+		+	+		+		+	+			+						
AF115								+	+										+	
DP162				+			+			+		+				+	+			+
DP167							+	+		+							+			+
DP168			+	+	+	+		+		+	+			+					+	
DP143		+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+					+	
DP156				+				+	+	+	+		+	+						+
DP125		+	+		+	+				+	+			+			+			
DP169			+	+		+	+	+	+	+	+		+	+					+	+
PTM303	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+			+	+
FCE303	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+			+	+