

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D 5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Кваліфікація: Бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

Микола МИТНИК

(протокол № 7 від «19» серпня 2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2025 р.



Микола МИТНИК

Наказ №4/7

від «23» серпня 2025 року

Тернопіль, 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Кваліфікація :	Бакалавр з маркетингу

Завідувач кафедри
промислового маркетингу
ТНТУ ім. І. Пулюя

Богдана ОКСЕНТЮК

Декан факультету
економіки та менеджменту

Галина ЦІХ

Голова Експертної ради роботодавців
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
ТНТУ ім. І. Пулюя,
директор ТОВ «Босфор»

Юлія ПРИСЯЖНЮК

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя у складі:

Ольга КРАУЗЕ	керівник робочої групи, гарант освітньої програми к.е.н., доцент, доцент кафедри промислового маркетингу
Члени робочої групи:	
Богдана ОКСЕНТЮК	к.е.н., доцент, завідувач кафедри промислового маркетингу
Ірина ПІНЯК	к.е.н., доцент, доцент кафедри промислового маркетингу
Світлана ШПИЛИК	к.е.н., доцент, доцент кафедри промислового маркетингу
Оксана БУРЛІЦЬКА	к.е.н., доцент, доцент кафедри промислового маркетингу
Юлія ПРИСЯЖНЮК	Голова Експертної ради роботодавців за спеціальністю D5 «Маркетинг» ТНТУ ім. І. Пулюя, директор ТОВ «Босфор»
Соломія БАС	студентка групи ПМ-11 ТНТУ ім. І. Пулюя
Ольга ПАВЛИК	студентка групи ПМ-11 ТНТУ ім. І. Пулюя

Рецензії – відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Микола СУКОННИК, директор Товариства з обмеженою відповідальністю «ТЕРНЕТ»
2. Ярослав ФЕДОРУК, директор Товариства з обмеженою відповідальністю «Т.Д.К.»
3. Марія ГАП'ЮК, агент з постачання редакції газети «Підручники і посібники»

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D 5 «Маркетинг»

1 – Загальна характеристика	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, кафедра промислового маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний, • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») університет визнає та перезараховує кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста); - спеціальностей галузі знань D «Бізнес, адміністрування і право», а також спеціальності C 1 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Не менше 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 5007 від 20.06.2023 р., термін дії до 01.07.2028 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень вищої освіти
Передумови	Повна загальна середня освіта, ОКР «Молодший спеціаліст», ОС «Фаховий молодший бакалавр», ОС «Молодший бакалавр»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	3 роки 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	http://tntu.edu.ua/?p=uk/structure/faculties http://kaf-pm.tntu.edu.ua
2 – Мета та цілі освітньої програми	
Мета освітньо-професійної програми відповідає Стратегії та Концепції розвитку Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя на 2025-2029 роки. Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, інтегрованих до національного та світового бізнес-середовища, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та компетентностями, необхідними для провадження маркетингової діяльності, мають національну ідентичність, орієнтовані на розвиток бізнесу та задоволення потреб сучасного	

суспільства, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.

3 – Характеристика освітньо-професійної програми

Предметна область	Галузь знань – D «Бізнес, адміністрування і право» Спеціальність - D 5 «Маркетинг» Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності Теоретичний зміст предметної області: 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма складається з цілісного та збалансованого комплексу логічно взаємопов’язаних обов’язкових освітніх компонент, передбачає широкі можливості вибору дисциплін та практичну підготовку, чим створює належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії та здобуття сукупності професійних і соціальних навичок для здійснення ефективної маркетингової діяльності.
Основний фокус освітньої програми	Програма спрямована на оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для провадження маркетингової діяльності, як форми бізнес-взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення економічних, соціальних та екологічних інтересів. Ключові слова: соціальна відповідальність, ринок, маркетинг, маркетингова діяльність, поведінка споживача, маркетингові дослідження, екомаркетинг, цифровий маркетинг, логістика
Особливості програми	Програма спрямована на формування рівня знань та навичок з маркетингу з урахуванням концепції сталого розвитку. Орієнтована на ґрунтовну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до бізнес-середовища, з інноваційним способом ринкового мислення, здатних не лише застосовувати наявні методи й інструменти маркетингу, але й удосконалювати їх на базі досягнень НТП з урахуванням цифрових потреб суспільства та бізнесу. Програма дозволяє поглибити професійні компетентності з планування та організації маркетингу шляхом досягнення таких

	додаткових обов'язкових результатів навчання, як вміння застосовувати маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних та соціальних інтересів суб'єктів ринку в умовах досягнення цілей сталого розвитку, зокрема з орієнтацією на специфіку підприємств промислової сфери та сфери послуг, стратегію розвитку Тернопільської області до 2027 року. Спрямована на розвиток ділової комунікації, автономності та відповідальності, як завдяки опанування здобувачами обов'язкових освітніх компонент, так і за рахунок вільного вибору дисциплін, спрямованих на формування Softs Skills. Надає можливість навчання за програмами подвійних дипломів у закладах вищої освіти-партнерах за кордоном. Участь у програмах академічної мобільності (зокрема, Еразмус+). Проходження практик за кордоном. Здійснення науково-дослідної діяльності шляхом участі у роботі студентських наукових форумів, Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференцій, студентських наукових гуртків. Участь у міжнародних освітніх проєктах. Участь у проєкті розвитку молодіжного інноваційного підприємництва на базі платформи FabLab TNTU (лабораторії цифрового виробництва та прототипування світової мережі FabLab).
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» отримують можливість працевлаштування на підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010).
Подальше навчання	Можливість продовження навчання за програмами другого циклу вищої освіти (НРК України - 7 рівень, FQ-EHEA - другий цикл, EQF LLL - 7 рівень). Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання; проведення лекційних, практичних та семінарських занять, консультацій; організація тренінгів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проєктних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Застосовуються елементи дуального навчання та інноваційні технології електронного навчання. Проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні технології навчання. Здобуття практичних навичок забезпечується проходженням практик.
Оцінювання	Оцінювання успішності навчання здобувачів вищої освіти в університеті здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) системою, національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; «зараховано», «не зараховано») і Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою (ECTS – «A», «B», «C», «D», «E», «FX», «F»).

	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Можливий ректорський контроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестування, захист курсових робіт, захист звітів з практик, есе, презентації виконаних завдань. Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	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. 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. 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. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності	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 інноваційної 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. <i>СК15. Здатність використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу для ефективної діяльності суб'єктів господарювання</i> <i>СК16. Здатність планування та організації маркетингу суб'єкта господарювання й прийняття обґрунтованих маркетингових рішень згідно із принципами сталого розвитку в подальшій професійній діяльності.</i>
	7 – Програмні результати навчання
Програмні результати навчання	ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

	ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. 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. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. <i>ПР19. Застосовувати маркетинговий інноваційний підхід до управління суб'єктом господарювання та забезпечувати підвищення його конкурентоспроможності в цифровій економіці.</i> <i>ПР20. Застосовувати маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних, соціальних інтересів суб'єктів ринку в умовах досягнення цілей сталого розвитку.</i>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Реалізація освітньої програми забезпечується кадрами високої кваліфікації з науковими ступенями та вченими званнями, які мають значний досвід навчально-методичної, науково-дослідної роботи та відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти»). Освітній процес здійснюється науково-педагогічними працівниками кафедри промислового маркетингу із залученням науково-педагогічних працівників з інших кафедр та (додатково) фахівців-практиків в галузі маркетингу з провідних підприємств Західного регіону. Викладацький склад кафедри регулярно проходить планове стажування в галузі маркетингу на провідних

	підприємствах та в ЗВО України та за кордоном.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України. У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. До послуг студентів і викладачів є також читальний зал на 230 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi. Здобувачі вищої освіти забезпечені гуртожитком. Є наявна соціально-побутова інфраструктура: їдальня, медичний пункт, бібліотека, басейн, спортивний комплекс, актова зала.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання системи електронного навчання ТНТУ ATutor; матеріалів, розміщених в інституційному репозитарії університету ELARTU; електронного каталогу бібліотеки; навчальних матеріалів у традиційній (паперовій) формі у приміщеннях бібліотеки університету; вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань у друкованому та електронному доступі, у т.ч. до баз даних англомовних періодичних наукових видань (зокрема, Scopus і Web of Science); забезпечення доступу до Інтернет за допомогою Wi-Fi або інших бездротових технологій в основних навчальних, лабораторних, бібліотечних приміщеннях, гуртожитках; офіційного веб-сайту університету та його структурних підрозділів; системи АСУ «Університет» та авторських розробок професорсько-викладацького складу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Можливість переведення студентів з інших ЗВО України за спеціальністю D 5 «Маркетинг» з перезарахуванням дисциплін у межах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ECTS). Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.
Міжнародна кредитна мобільність	Можливість навчатися за програмами подвійних дипломів у ЗВО-партнерах за кордоном, брати участь у програмі академічної мобільності Еразмус+, проходити практики за кордоном.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних громадян проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком.

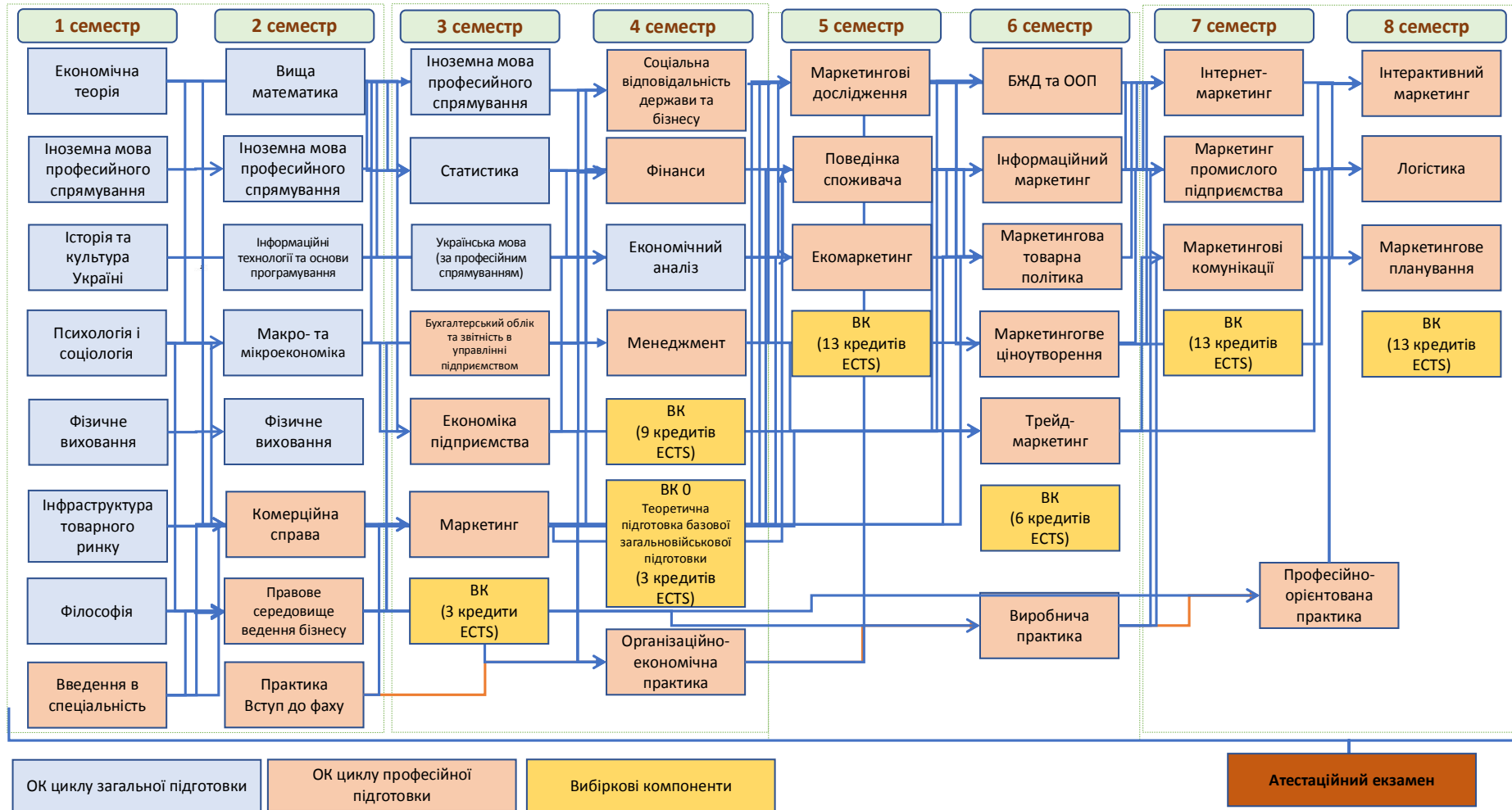
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кіль- кість креди- тів ЄКТС	Форма підсумко- вого контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
OK1.1	Вища математика	5,0	залік
OK1.2	Економічна теорія	4,0	екзамен
OK1.3	Економічний аналіз	4,5	екзамен
OK1.4	Іноземна мова професійного спрямування	6,0	залік, екзамен
OK1.5	Інформаційні технології та основи програмування	4,5	залік
OK1.6	Інфраструктура товарного ринку	4,0	екзамен
OK1.7	Історія та культура України	4,0	екзамен
OK1.8	Макро- та мікроекономіка	4,0	екзамен
OK1.9	Психологія і соціологія	4,0	залік
OK1.10	Статистика	4,0	залік
OK1.11	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4,0	екзамен
OK1.12	Фізичне виховання	4,0	залік
OK1.13	Філософія	4,0	залік
2. Цикл професійної підготовки			
OK2.1	Безпека життєдіяльності, основи охорони праці	4,0	екзамен
OK2.2	Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством	4,0	залік
OK2.3	Введення в спеціальність	3,0	екзамен
OK2.4	Екомаркетинг	4,0	екзамен
OK2.5	Економіка підприємства	4,0	екзамен
OK2.6	Інтерактивний маркетинг	4,5	екзамен
OK2.7	Інтернет-маркетинг	4,0	екзамен
OK2.8	Інформаційний маркетинг	5,0	екзамен
OK2.9	Комерційна справа	6,0	екзамен
OK2.10	Логістика	4,5	екзамен
OK2.11	Маркетинг	6,0	Екзамен
OK2.12	Маркетинг промислового підприємства	4,0	Екзамен
OK2.13	Маркетингова товарна політика	5,0	екзамен
OK2.14	Маркетингове планування	4,0	залік
OK2.15	Маркетингове ціноутворення	5,0	екзамен
OK2.16	Маркетингові дослідження	5,0	екзамен
OK2.17	Маркетингові комунікації	4,0	екзамен
OK2.18	Менеджмент	4,5	екзамен
OK2.19	Поведінка споживача	5,0	екзамен
OK2.20	Правове середовище ведення бізнесу	6,5	екзамен
OK2.21	Соціальна відповідальність держави та бізнесу	4,5	екзамен
OK2.22	Трейд-маркетинг	5,0	залік

OK2.23	Фінанси	4,5	екзамен
OK2.24	Практика Вступ до фаху	3	диф.залік
OK2.25	Організаційно-економічна практика	3	диф.залік
OK2.26	Виробнича практика	3	диф.залік
OK2.27	Професійно-орієнтована практика	7,5	диф.залік
OK2.28	Атестаційний екзамен	1,5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180,0	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Здобувачі вищої освіти обирають освітні вибіркові компоненти із запропонованого переліку у середовищі електронного навчання ТНТУ Atutor (Вкладка – «ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ»). http://dl.tntu.edu.ua/login.php . Доступ до переліку вибіркових навчальних дисциплін мають усі здобувачі вищої освіти, зареєстровані у середовищі електронного навчання ТНТУ Atutor.			
Загальний обсяг вибіркових компонент		60,0	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D 5 «Маркетинг» проводиться у формі складання атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: «Бакалавр маркетингу». Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.

Атестаційний екзамен передбачає перевірку досягнення результатів навчання визначених стандартом та даною освітньо-професійною програмою.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	OK 1.1	OK 1.2	OK 1.3	OK 1.4	OK 1.5	OK 1.6	OK 1.7	OK 1.8	OK 1.9	OK 1.10	OK 1.11	OK 1.12	OK 1.13	OK 2.1	OK 2.2	OK 2.3	OK 2.4	OK 2.5	OK 2.6	OK 2.7	OK 2.8	OK 2.9	OK 2.10	OK 2.11	OK 2.12	OK 2.13	OK 2.14	OK 2.15	OK 2.16	OK 2.17	OK 2.18	OK 2.19	OK 2.20	OK 2.21	OK 2.22	OK 2.23	OK 2.24	OK 2.25	OK 2.26	OK 2.27	OK 2.28	
IHT	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K1		+		+			+						+	+																				+	+						+	
3K2						+	+		+		+	+	+	+			+																		+	+					+	
3K3	+	+	+			+		+	+	+			+		+	+					+		+					+	+	+	+	+	+	+					+	+	+	+
3K4	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+			+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K5		+	+						+		+		+			+	+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K6										+						+	+		+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
3K7	+		+					+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K8	+				+			+		+					+						+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K9					+										+	+				+	+									+	+				+	+				+	+	
3K10				+																		+																			+	
3K11		+					+		+			+	+			+					+		+		+	+	+					+				+	+	+	+	+	+	+
3K12													+																+										+	+	+	+
3K13																																										+
3K14		+				+	+				+		+				+					+				+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K15																+						+												+	+						+	
CK1														+	+	+				+	+	+		+	+	+			+		+	+		+		+	+	+	+	+	+	
CK2															+		+		+					+	+	+			+				+				+	+	+	+	+	
CK3																					+				+	+	+													+	+	
CK4													+			+			+						+	+	+		+	+			+					+	+	+	+	
CK5															+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
CK6																			+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
CK7			+					+														+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
CK8																	+		+		+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
CK9																	+			+						+							+							+	+	
CK10					+				+									+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
CK11								+									+	+	+				+			+			+			+			+				+	+	+	
CK12																										+		+													+	+
CK13																										+		+													+	+
CK14																							+		+	+	+	+	+		+				+					+	+	
CK15																			+	+	+			+	+				+												+	
CK16																			+	+	+				+	+				+				+							+	

5. Матриця забезпечення результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ОК 1.7	ОК 1.8	ОК 1.9	ОК 1.10	ОК 1.11	ОК 1.12	ОК 1.13	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	ОК 2.8	ОК 2.9	ОК 2.10	ОК 2.11	ОК 2.12	ОК 2.13	ОК 2.14	ОК 2.15	ОК 2.16	ОК 2.17	ОК 2.18	ОК 2.19	ОК 2.20	ОК 2.21	ОК 2.22	ОК 2.23	ОК 2.24	ОК 2.25	ОК 2.26	ОК 2.27	ОК 2.28			
ПР1																+	+		+		+	+		+	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ПР2	+	+	+					+		+			+				+	+	+			+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ПР3	+		+		+					+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПР4	+		+		+			+		+									+			+			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПР5								+														+			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПР6					+				+							+			+				+			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПР7					+															+	+	+					+	+													+	+		
ПР8																	+	+		+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+		+						+	+		
ПР9																				+	+			+	+		+	+							+						+	+		
ПР10												+		+							+					+						+	+			+					+	+		
ПР11									+				+	+									+	+			+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПР12	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПР13		+	+			+			+		+		+				+	+	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПР14																	+		+			+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПР15						+	+		+				+	+	+		+					+					+						+	+	+							+	+	
ПР16													+				+		+	+	+				+		+								+					+	+	+	+	
ПР17				+																																							+	+
ПР18		+		+		+	+				+		+	+	+		+																+	+	+			+				+	+	
ПР19																							+																			+	+	
ПР20																							+		+	+									+								+	