

Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Вчена рада  
ДВНЗ «Прикарпатський національний  
університет імені Василя Стефаника»  
Протокол від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 р. № \_\_  
Голова Вченої ради \_\_\_\_\_


 І. С. Цепенда  


**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
«Маркетинг»


Перший (бакалаврський) рівень

**Галузь знань** 07 «Управління та адміністрування»  
**Спеціальність** 075 Маркетинг  
**Спеціалізація** Маркетинг  
**Кваліфікація** Маркетолог

**ВНЕСЕНО**

Кафедра менеджменту і маркетингу  
Протокол від «20» 02 2019 № 4  
Завідувач кафедри  Ткач О.В.

**ПОГОДЖЕНО**

Вченою радою економічного факультету  
Протокол від «22» 02 2019 № 5  
Голова вченої ради 

**НАДАНО ЧИННОСТІ**

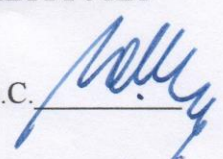
Наказ ректора від «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_ №\_\_

**ВВЕДЕНО У ДІЮ З** «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_р.

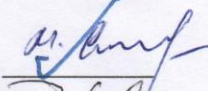
Навчально-методичний відділ  
Начальник \_\_\_\_\_ Солонець І. Ф.

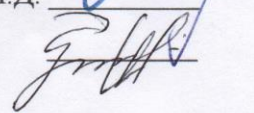
**ПРОЕКТНА ГРУПА**

**Керівник (гарант)**

к.е.н., доц. Копчак Ю.С. 

**Члени групи:**

д.е.н., проф. Романюк М.Д. 

к.е.н., доц. Шурпа С. Я. 

м. Івано-Франківськ, 2019

## Освітньо-професійна програма

Бакалавр з маркетингу	
Обов'язковий блок	
Тип диплому та обсяг програми	Диплом бакалавра, 240 кредитів ЄКТС
Вищий навчальний заклад	ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», економічний факультет, кафедра менеджменту і маркетингу
Рівень програми	НРК - 6 рівень, FQ-EHEA - перший цикл. EQF LLL - 6 рівень
A	Мета (цілі) освітньої програми, підготовка бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності..
B	Характеристика програми
1	<b>Рівень вищої освіти</b> Перший (бакалаврський) рівень
2	<b>Ступінь, що присвоюється</b> Бакалавр
3	<b>Назва галузі знань</b> 07 Управління та адміністрування
4	<b>Назва спеціальності</b> 075 Маркетинг
5	<b>Обмеження щодо форм навчання</b> Без обмежень
6	<b>Освітня кваліфікація</b> Бакалавр маркетингу за спеціалізацією (Маркетинг)
7	<b>Професійна кваліфікація</b> Не надається
8	<b>Кваліфікація в дипломі</b> Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Спеціалізація – (Маркетинг) Освітня програма – (Маркетинг)
9	<b>Опис предметної області</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>- <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>- <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.</li> <li>- <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul>
10	Фокус програми	Загальна. Спрямована на формування повного комплексу фахових компетенцій, що дають можливість випускникам здійснювати функції маркетингу у сфері сучасного підприємництва, виконувати наукові програми.
11	Орієнтація програми	Освітньо-професійна
12	Особливості програми	Міждисциплінарна та багатопрофільна підготовка фахівців з маркетингу
13	<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
14	<p align="center"><b>III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти</b></p> <p align="center"><i>Обсяг освітньої програми бакалавра</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>• 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): <ul style="list-style-type: none"> <li>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>IV Перелік компетентностей випускника</b>		
I	<i>Інтегральна компетентність</i>	
	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.	
ЗК	<i>Загальні компетентності</i>	

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.

### **Спеціальні (фахові) компетентності**

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.

Б

**V Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

*Е* | *Перелік навчальних дисциплін та їх анотації* \*\*

<i>Перший рік</i>		Кредит ЄКТС	Семестр
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
О.1	Історія України	3	1
О.2	Історія української культури	3	1
О.3	Українська мова за професійним спрямуванням	3	2
О.4	Філософія	3	2
О.13	Вища та прикладна математика	9	1-2
О.15	Інформаційні системи та технології	6	1-2
О.16	Економічна теорія	9	1-2
О.17	Історія економіки та економічних вчень	3	1
О.20	Іноземна мова	6	1
О.5	Фізичне виховання		1-2

<i>Вибіркові</i>			
В.40	Політологія	3	2
В.6	Іноземна мова II	3	2
В.42	Вступ до спеціальності	6	1
В.43	Основи наукових досліджень	3	2
<i>Другий рік</i>			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
О.14	Статистика	6	3
О.18	Економетрика	3	4
О.19	Економічна інформатика	6	3
О.21	Міжнародна економіка	3	3
О.22	Менеджмент	3	4
О.23	Міжнародний маркетинг	3	4
О.24	Маркетинг	9	3-4
О.25	Маркетинг промислового підприємства	6	4
О.28	Логістика	3	4
О.33	Навчальна практика	3	3
О.35	Курсова робота «Маркетинг»	3	4
<i>Вибіркові</i>			
В.6	Іноземна мова II	6	3
В.44	Державне та регіональне управління	3	3
В.45	Управління соціально-економічним розвитком регіону	3	4
<i>Третій рік</i>			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
О.26	Маркетинг послуг	3	5
О.27	Маркетингова товарна політика	3	6
О.28	Логістика	3	5
О.29	Маркетингове ціноутворення	6	6
О.35	Курсова робота «Маркетингове ціноутворення»	3	6
<i>Вибіркові</i>			
В.41	Безпека життєдіяльності і цивільний захист	3	6
В.48	Інфраструктура товарного ринку / Товарознавство	3	5
В.50	Економіка малого і середнього бізнесу / Основи дизайну та копірайтинг	3	6
В.62	Регіональний менеджмент / Організація підприємницької діяльності	3	5
В.7	Трудове право / Підприємницьке право	3	5
В.9	Основи теорії системного аналізу / Системи технологій	3	6
В.64	Облік і аудит / Облік і оподаткування	6	6
В.66	Фінанси, гроші і кредит / Страхування	6	5
В.67	Соціальний маркетинг / Маркетинг інновацій	3	6
В.11	Бізнес-планування / Маркетингове планування	3	5
<i>Четвертий рік</i>			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
О.30	Маркетингові дослідження	6	7
О.31	Маркетингові комунікації	6	7
О.32	Поведінка споживача	6	8

О.34	Виробнича практика	9	8
О.39	Бакалаврська робота	9	7-8
О.37	Комплексний екзамєн за фахом	3	8
<i>Вибіркові</i>			
В.46	Електронна комерція / Маркетинг бізнесу	3	7
В.52	Реклама і стимулювання збуту / Корпоративна соціальна відповідальність	3	7
В.54	Експертиза товарів / Захист прав споживачів	6	8
В.56	Офісний менеджмент / Управління конкурентоспроможністю підприємства	6	7
В.58	Маркетинг банку / Маркетинг територій	3	8
Г	Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)		
	Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський) подається в окремій таблиці (таблиця 1)		
	Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей (6-й рівень, бакалаврський)		
	Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей (6-й рівень, бакалаврський) подається в окремій таблиці (таблиця 2)		
6	<b>Форми організації та технології навчання</b>		
	організаційні форми: <i>колективне та інтегративне навчання тощо</i> технології навчання: <i>пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні саморозвиваючі, позиційне та контекстне навчання, технологія співпраці)</i> тощо		
Н	<b>Форми та методи оцінювання результатів навчання</b>		

	<p><b>види контролю:</b> поточний, тематичний, періодичний, підсумковий, самоконтроль</p> <p>Система методів оцінювання складається із трьох видів контролю: погонного та підсумкового. Поточний контроль включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- тестування - така форма контролю дозволяє перевірити підготовку студентів до кожного заняття: проводиться регулярно на вибірковій основі;</li> <li>- творчі завдання - проводиться з метою формування вмінь і навичок у студентів практичного спрямування, формування сучасного наукового мислення, вміння приймати відповідальні та ефективні рішення;</li> <li>- самостійна робота - така форма контролю дозволяє виявити вміння чітко, логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання, вміння працювати самостійно;</li> <li>- індивідуальна науково-дослідна робота студентів (презентації дослідно-проектних робіт, звіти про розробку комплексних консультативних проєктів, звіти про практику, письмові есе, контрольні роботи, курсові роботи) - проводиться протягом семестру з метою отримання практичних навиків та умінь щодо використання та опрацювання наукових джерел, написання статей, тез, оформлення звітів, розробка презентаційного матеріалу, використання теоретичних та емпіричних методів дослідження.</li> </ul> <p>Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту / заліку (за сумою накопичених протягом вивчення дисципліни балів), який спрямований на перевірку знань студентів.</p> <p>Протягом вивчення дисципліни студенти зобов'язані:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>систематично відвідувати заняття;</li> <li>вести конспекти лекцій і семінарських занять;</li> <li>приймати активну участь в роботі на семінарських заняттях;</li> <li>викопувати тестові завдання;</li> <li>виконувати індивідуальні семестрові завдання.</li> </ul> <p><b>форми контролю:</b> усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, підсумкова атестація - державний іспит зі спеціальності та захист бакалаврської роботи.</p> <p><b>оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється</b> за чотирибальною шкалою - ("відмінно", "добре", "задовільно", "незадовільно з можливістю повторного складання", "незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни") і вербальною - ("зараховано", "не зараховано з можливістю повторного складання" та "не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни").</p>
	Рекомендований блок
3	<b>Вимоги до вступу та продовження навчання</b>
	<p>- сертифікати Українського центру оцінювання якості освіти (ЗНО) :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) українська мова і література;</li> <li>2) історія України;</li> <li>3) іноземна мова або математика або географія</li> </ol> <p>заява на ім'я ректора університету; атестат про середню освіту; медична довідка форма 086-У;</p>
	<p><b>Вимоги до вступників</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>бажання працювати закордоном;</li> <li>бажання працювати на державній службі;</li> <li>інтерес до економіки та менеджменту;</li> <li>готовність здійснювати наукові дослідження та формувати їх результати;</li> <li>бажання будувати кар'єру у сфері менеджменту.</li> </ul>
к	<b>Підтримка студентів (система тьюторства, гранти тощо)</b>
	Система кураторства академічних груп, міжнародні програми мовної та практичної підготовки, програми обміну та академічної мобільності студентів

<b>L</b>	<b>Соціально-економічне та інформаційно-технологічне забезпечення освітнього процесу</b>	
	Стипендіальне забезпечення, забезпечення гуртожитком, соціальна інфраструктура університету, надання консультацій щодо працевлаштування, допомога у вирішенні проблемних ситуацій	
	Підтримка студентів з особливими потребами, медичні та консультаційні послуги, профорієнтаційні послуги	
	Інформаційний пакет спеціальності	
	Бібліотека: ознайомлення з правилами користування бібліотекою, використання онлайн-ресурсів та баз даних; інформаційне забезпечення студентів, які працюють над проектами та дипломами; консультування працівниками бібліотеки	
	Навчальні ресурси: довгострокові і короткострокові позики книг, доступ до онлайн-ресурсів, міжбібліотечні позики, відеотека; продовження терміну позики та бронювання книг онлайн; доступ до електронних журналів; доступ до електронних бібліотечних ресурсів світу; доступ до електронного навчального середовища Moodle; технологічне і матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу	
	Академічна підтримка - консультації з вибору програми, окремих вибіркових дисциплін, проектування індивідуальних навчальних траєкторій	
	Персональне консультування	
<b>M</b>	<b>Працевлаштування та продовження освіти</b>	
1	Працевлаштування	Бакалавр з маркетингу може обіймати первинні посади у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв'язків тощо на підприємствах різного профілю, організаційно-правової форми та рівня (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах.
2	Продовження освіти	Навчання за програмами: 7 рівня НРК. другого циклу FQ-EHEA та 7 рівня EQF-LLL
<b>N</b>	<b>Механізм внутрішнього забезпечення якості вищої освіти</b>	

#### **VI. Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти**

<b>Форми здобувачів</b>	<b>атестації вищої</b>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів).
-------------------------	------------------------	--

<b>освіти</b>	
<b>Вимоги кваліфікаційної роботи</b>	<b>до</b> Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
<b>Вимоги атестаційного екзамену (екзаменів)</b>	<b>до</b> Атестаційний екзамен (екзамени) має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

## **VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

У закладах вищої освіти повинна функціонувати система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) 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;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) 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.

## **IX. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти**

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. –

<http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. 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>.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

#### **Корисні посилання:**

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – [http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).

8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (MCKO) 2011. –

<http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.

9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (VCRJ) 2013 –

<http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

**Гарант освітньої програми**

**к.е.н., доц. Копчак Ю. С.**

Примітки:

\*згідно з Переліком галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.15, № 266);

\*\* анотації навчальних дисциплін наведено у пояснювальній записці до навчального плану

**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей  
дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)**

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

