

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»**

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр з маркетингу послуг  
Професійна кваліфікація: маркетолог

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**  
Голова вченої ради

\_\_\_\_\_ М.Ф. Дмитриченко  
(протокол № \_\_ від \_\_ червня 2020 р.)

Освітня програма вводиться в дію  
з 01 вересня 2020 р.

Ректор \_\_\_\_\_ М.Ф. Дмитриченко  
(наказ № \_\_ від \_\_ липня 2020 р.)

# 1. Профіль освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг послуг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Гарант програми: доктор економічних наук, професор Бакалінський О.В.

<b>1 – Загальна інформація</b>	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний транспортний університет Факультет менеджменту, логістики та туризму
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг послуг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплому - одиничний ступінь, обсяг освітньої програми 240 кредитів ЕКТС, термін навчання три роки 10 місяців
Наявність акредитації	Первинна акредитація
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
Передумови	Попередня освіта - повна загальна середня освіта або наявність освітньо-професійного рівня молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Обмеження щодо форм навчання відсутні.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Програма впроваджена в 2020 році
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	<b>www.ntu.edu.ua</b>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
<p>Надати освіту в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» з широким доступом до працевлаштування. Забезпечити теоретичну та практичну підготовку висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців з маркетингу послуг, які володіють сучасними теоретичними знаннями, вміннями та практичними навичками у професійній сфері.</p> <p>Забезпечити теоретичну та практичну підготовку фахівців, здатних ідентифікувати та розв'язувати задачі і проблеми у сфері маркетингу послуг або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p>	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма «Маркетинг послуг»
Орієнтація освітньої програми	Професійна; основна орієнтованість освітньо-професійної програми бакалавра – практична і дослідницька професійна діяльність у сфері послуг; спрямованість програми – прикладна, практична, дослідницька.

<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Узагальнений об'єкт професійної діяльності – управління маркетинговою діяльністю організацій у різних сферах та на різних типах ринків, у наданні маркетингових послуг в сучасних умовах господарювання.</p> <p>Фокус професійної діяльності за освітньо-професійною програмою «Маркетинг послуг» направлений на підготовку висококваліфікованих фахівців - маркетологів, здатних до практичної діяльності в сфері послуг, здатних здійснювати економічну, аналітичну, науково-дослідну та організаційно-управлінську діяльність в сфері маркетингу послуг, оцінюючи діяльність суб'єктів господарювання, прогножуючи її на майбутнє.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма спрямована на підготовку сучасних маркетологів, готових до ризику, ініціативних, здатних до швидкої адаптації відносно ризиків сучасного бізнес-середовища. Формування маркетолога з новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі маркетингові інструменти, але й розробляти нові на базі проведення обґрунтованих досліджень. Забезпечення ефективної маркетингової діяльності комерційних і некомерційних організацій, органів державної влади та місцевого самоврядування, інституцій громадянського суспільства, громадських об'єднань, науково-освітніх установ.</p>
<p><b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Бакалавр з маркетингу (маркетолог) може обіймати первинні посади на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, комунальні), в яких випускники працюють у якості помічників або виконавців різноманітних служб маркетингу; в консультаційних центрах, консалтингових організаціях, в структурах центральних державних і регіональних органів управління, інноваційних фондах, фінансово-кредитних установах, науково-виробничо-технічних комплексах, фінансово-промислових групах, технопарках.</p> <p>Випускник може реалізувати отримані знання, працюючи у: підприємствах, що надають послуги (на посадах фахівців з: маркетингу послуг, маркетингових досліджень на ринку послуг, організації обслуговування; консультанта з послуг; торговельний представник; організатор з персоналу в галузі сервісу; тощо, в перспективі - топ-менеджери, керівники відділів і секторів, директори); національних та міжнародних холдингових компаніях (департаменти з маркетингу, стратегічного та інноваційного розвитку; відділи з організації сервісного обслуговування та продажу); консалтингових і інвестиційних компаніях; банківських установах (консультант з банківських послуг); органах державної влади (адміністратор з надання соціальних послуг населенню); власному бізнесі, консультантом з ERP-систем у сферах маркетингу, логістиці тощо; адміністратором баз даних; консультантом з маркетингових досліджень та розробки і організації посуг.</p>

Подальше навчання	Випускники першого (бакалаврського) рівня вищої освіти можуть продовжувати навчання за спеціальностями, ознаки яких закладаються в навчальних планах бакалаврських програм, починаючи з другого-третього курсів навчання, на другому (магістерському) рівні вищої освіти (програма третього циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК) у навчальних закладах відповідного рівня акредитації
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
Викладання та навчання	Студенто-центроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання із застосуванням підручників та посібників з дисциплін, навчальних матеріалів системи дистанційного навчання, лекції та практичні заняття із застосуванням інтерактивних технологій, індивідуальна робота з викладачами, участь в наукових дослідженнях. Комбінація лекцій, семінарських та практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань та використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, що розвивають аналітичні здібності та навички працювати в колективі. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
Оцінювання	Методи оцінювання – екзамени, тести, практика, контрольні, курсові роботи, розрахунково-графічні роботи, есе, презентації тощо). Нормативні (вхідне тестування та поточний контроль): поточне опитування, презентація індивідуальних завдань, звіти малих груп, звіти з практики, тестування знань або умінь, усні презентації, звіти про лабораторні роботи, звіти про практику, письмові есе або звіти (можуть бути частини дипломної бакалаврської роботи: огляд літератури; критичний аналіз публікацій тощо). Сумативні (підсумковий контроль): екзамен (письмовий з подальшим усним опитуванням); залік (за результатами форматного контролю), захист дипломної бакалаврської роботи.
<b>6 – Програмні компетентності</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 (ЗК)	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.

	<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>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності (СК)</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 в'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>

## 7 – Програмні результати навчання

Програмні результати навчання спеціальності (ПРН)

- ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- ПРН15. 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.
- ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

	<p>ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Кадрове забезпечення	<p>Підготовку бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг послуг» здійснюють одинадцять кафедр університету. Реалізація освітньої програми забезпечується науково педагогічними працівниками НТУ. Загальна кількість викладачів, які ведуть лекційні, практичні та лабораторні заняття, складає 74 особи. Випусковою та відповідальною за підготовку бакалаврів зі спеціальності 075 «Маркетинг» є кафедра менеджменту НТУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p> <p>100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мульти-медійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Інфраструктура НТУ: бібліотека, в т. ч. читальні зали, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p> <p>В навчанні використовуються сучасні комп'ютерні засоби та програмне забезпечення.</p> <p>В НТУ функціонують 16 мультимедійних комп'ютерних класів, які дозволяють впроваджувати сучасні інноваційні технології навчання та забезпечувати інформатизацію навчального процесу; лабораторії і кабінети, оснащені сучасним обладнанням, приладами, вимірювальною і діагностичною апаратурою, персональними комп'ютерами, що забезпечує сучасний рівень підготовки фахівців.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт <a href="https://www.ntu.edu.ua/">https://www.ntu.edu.ua/</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову та виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Забезпеченість освітнього процесу студентів навчальною та довідковою літературою, інструктивно-методичними</p>

	<p>матеріалами, а також нормативною документацією відповідає діючим нормативам забезпеченості контингенту студентів за спеціальністю. В навчанні використовується як бібліотечний фонд НТУ та електронна база бібліотеки з режимом WEB-доступу, так і власні навчально-методичні розробки викладачів кафедр НТУ. Точки бездротового доступу до мережі Інтернет, необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Загальнонаукові методи пізнання, математичні, статистичні та якісні методи економічного аналізу, економіко-математичне моделювання, інформаційно-комунікаційні технології, методи дослідницької діяльності та презентації результатів. Використання міждисциплінарного тренінгу та авторських розробок професорсько-викладацького складу.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод між Національним транспортним університетом та вищими навчальними закладами України.
Міжнародна кредитна мобільність	Укладені угоди про міжнародну академічну мобільність (Еразмус + К1). На основі двосторонніх угод між Національним транспортним університетом та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	За даною освітньо-професійною програмою можливе навчання іноземних здобувачів вищої освіти.



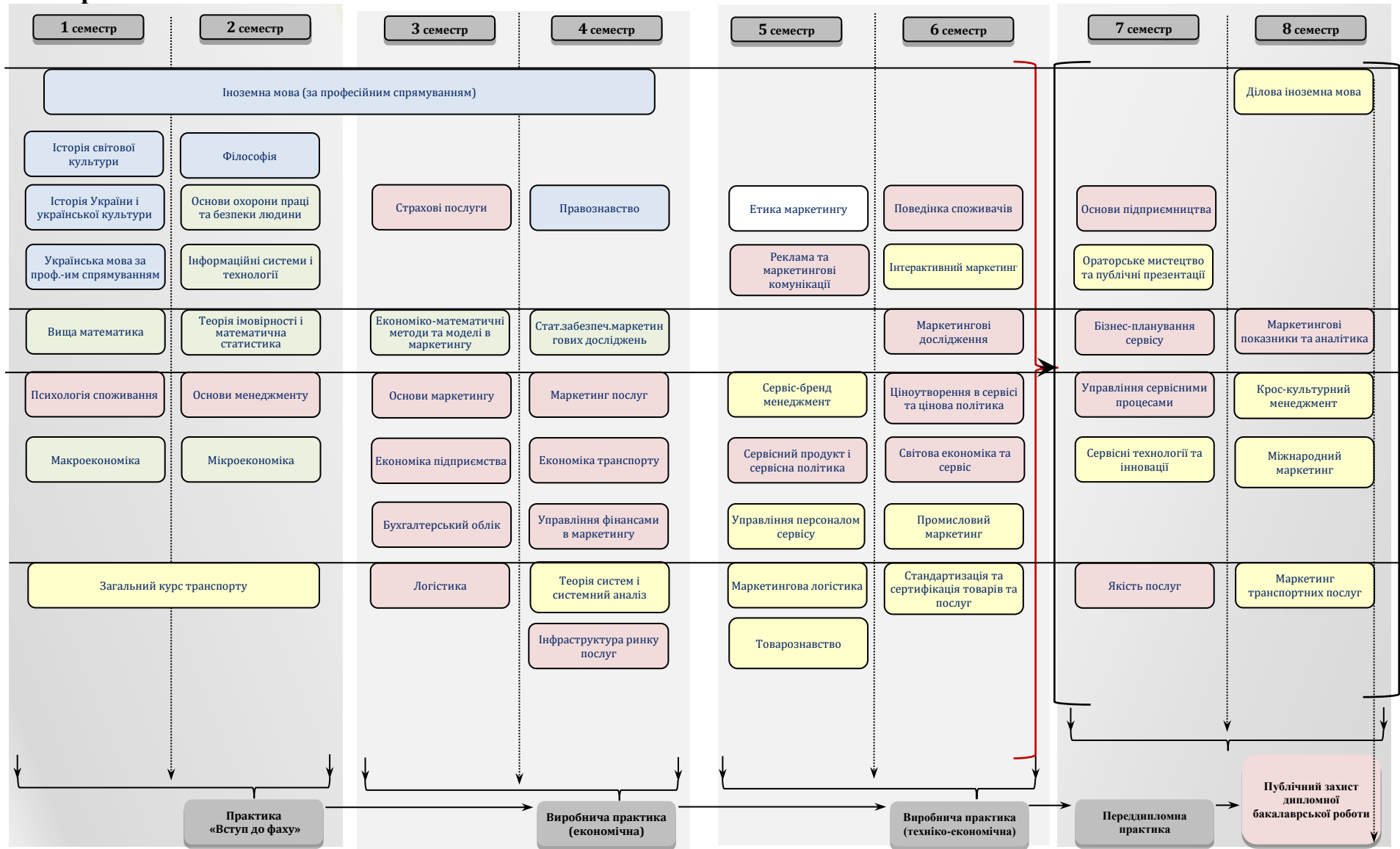
## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг послуг» та їх логічна послідовність

### 2.1 Перелік компонент ОПП «Маркетинг послуг»

№ п/п	Шифр за ОПП	НАЗВА НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН	Кредитів	Форма контролю
<b>1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП</b>				
<b>1.1 ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>				
<b>1.1.1. Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки</b>				
1	ОКЗ 1	Історія України та української культури	4,5	Екзамен
2	ОКЗ 2	Історія світової культури	4,5	Залік
3	ОКЗ 3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
4	ОКЗ 4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12	Екзамен
5	ОКЗ 5	Філософія	4	Екзамен
6	ОКЗ 6	Правознавство	3	Залік
		<b>Всього за циклом соціально-гуманітарної підготовки</b>	<b>31</b>	<b>12,9%</b>
<b>1.1.2. Дисципліни фундаментальної, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки</b>				
7	<b>ОКЗ6</b>	<b>Вища та прикладна математика:</b>		
	<i>ОКЗ 6.1</i>	<i>Вища математика</i>	4	Екзамен
	<i>ОКЗ6.2</i>	<i>Теорія ймовірностей та математична статистика</i>	4	Залік
	<i>ОКЗ6.3</i>	<i>Економіко-математичні методи та моделі в маркетингу</i>	4,5	Екзамен
8	ОКЗ 7	Інформаційні системи та технології	4,5	Залік
9	ОКЗ 8	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень	5,5	Екзамен
10	<b>ОКЗ 9</b>	<b>Економічна теорія</b>		
	ОКЗ 9.1	Макроекономіка	3	Залік
	ОКЗ 9.2	Мікроекономіка	3	Екзамен
11	ОКЗ 10	Основи охорони праці та безпека людини	3	Залік
		<b>Всього за циклом фундаментальної, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки</b>	<b>31,5</b>	<b>13,1%</b>
<b>1.2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>				
12	ОКП 1	Психологія споживання	4	Залік
13	ОКП 2	Основи менеджменту	4,5	Екзамен
14	ОКП 3	Економіка підприємства	4	Екзамен
15	ОКП 4	Логістика	4	Залік
16	ОКП 5	Основи маркетингу	5	Екзамен
17	ОКП 6	Страхові послуги	4	Залік
18	ОКП 7	Бухгалтерський облік	4	Залік
19	ОКП 8	Управління фінансами в маркетингу	3	Залік
20	ОКП 9	Маркетинг послуг	5,5	Екзамен
21	ОКП 10	Інфраструктура ринку послуг	3	Залік
22	ОКП 11	Економіка транспорту	3	Залік
23	ОКП 12	Етика маркетингу	3	Залік
24	ОКП 13	Сервісний продукт і сервісна політика	4	Залік
25	ОКП 14	Реклама та маркетингові комунікації у сервісі	6	Екзамен
26	ОКП 15	Ціноутворення в сервісі та цінова політика	4,5	Екзамен
27	ОКП 16	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
28	ОКП 17	Світова економіка і сервіс	4	Залік
29	ОКП 18	Поведінка споживачів	3	Залік
30	ОКП 19	Управління сервісними процесами	6	Екзамен
31	ОКП 20	Основи підприємництва	3	Залік
32	ОКП 21	Бізнес-планування сервісу	6	Залік

№ п/п	Шифр за ОНП	НАЗВА НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН	Кредитів	Форма контролю
33	ОКП 22	Якість послуг	4,5	Екзамен
34	ОКП 23	Маркетингові показники та аналітика	6	Екзамен
		<b>Всього за циклом професійної підготовки</b>	<b>98</b>	<b>40,8%</b>
		<b>Всього за обов'язковою компонентою ОП</b>	<b>160,5</b>	
<b>Практична підготовка</b>				
	НП	Навчальна практика "Вступ до фаху"	1,5	Екзамен
		<b>Виробнича практика:</b>		
	ВП 1	Виробнича практика (економічна)	3,0	Екзамен
	ВП 2	Виробнича практика (техніко-економічна)	4,5	Екзамен
	ПП	<b>Переддипломна практика</b>	3	Екзамен
		<b>Всього за практичною підготовкою</b>	<b>12</b>	<b>5,0%</b>
<b>Державна атестація</b>				
13	А	Виконання дипломної роботи	7,5	Захист
<b>2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП</b>				
<b>2.1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>				
35	ВБК1.1	<b>Загальний курс транспорту</b>	6	Залік
	ВБК1.2	Транспортні технології	6	Залік
36	ВБК2.1	<b>Управління персоналом сервісу</b>	4	Екзамен
	ВБК2.2	Управління продажами	4	Екзамен
37	ВБК3.1	<b>Сервіс-бренд менеджмент</b>	3	Залік
	ВБК3.2	Маркетинг фінансових послуг	3	Залік
38	ВБК4.1	<b>Інтерактивний маркетинг</b>	3	Залік
	ВБК4.2	Екологічний маркетинг	3	Залік
<b>2.2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>				
39	ВБК5.1	<b>Теорія систем і системний аналіз</b>	3	Залік
	ВБК5.2	Міжнародні транспортні послуги	3	Залік
40	ВБК6.1	<b>Маркетингова логістика</b>	4	Залік
	ВБК6.2	Маркетинг інновацій	4	Залік
41	ВБК7.1	<b>Товарознавство</b>	5,5	Екзамен
	ВБК7.2	Цифровий маркетинг	5,5	Екзамен
42	ВБК8.1	<b>Промисловий маркетинг</b>	3,5	Залік
	ВБК8.2	Маркетинг в системах автосервісу	3,5	Залік
43	ВБК9.1	<b>Стандартизація і сертифікація товарів та послуг</b>	4	Залік
	ВБК9.2	Маркетинг в туризмі	4	Залік
44	ВБК10.1	<b>Сервісні технології та інновації</b>	4	Залік
	ВБК10.2	Маркетинг освітніх послуг	4	Залік
45	ВБК11.1	<b>Ораторське мистецтво та публічні презентації</b>	3,5	Залік
	ВБК11.2	Техніка та технологія сервісу	3,5	Залік
46	ВБК12.1	<b>Міжнародний маркетинг</b>	3	Залік
	ВБК12.2	Маркетингові дослідження на ринку транспортних послуг	3	Залік
47	ВБК13.1	<b>Маркетинг транспортних послуг</b>	6	Залік
	ВБК13.2	Соціальний маркетинг	6	Залік
48	ВБК14.1	<b>Крос-культурний менеджмент</b>	3,5	Залік
	ВБК14.2	Новітній маркетинг	3,5	Залік
49	ВБК15.1	<b>Ділова іноземна мова (англійська)</b>	4	Екзамен
	ВБК15.2	Ділова іноземна мова (німецька)	4	Екзамен
		<b>Всього за вибірковою компонентою ОП</b>	<b>60</b>	<b>25,0%</b>
		<b>Загальний обсяг освітньої програми</b>	<b>240</b>	

## 2.2 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг послуг» за спеціальністю 075 «Маркетинг»



### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг послуг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу, професійна кваліфікація маркетолог.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.







## 5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньо-професійної програми «Маркетинг послуг»

Шифр компетен-тності Шифр дисциплни	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18
	<b>1. Обов'язкові компоненти ОНП</b>																	
	<b>1.1 ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>																	
	<b>1.1.1. Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки</b>																	
ОКЗ 1								+				+	+	+	+	+		+
ОКЗ 2			+									+	+	+	+	+		+
ОКЗ 3	+	+		+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОКЗ 4			+					+		+	+	+		+	+	+	+	
ОКЗ 5		+			+	+		+			+	+		+		+		
ОКЗ 6		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	<b>1.1.2. Дисципліни фундаментальної, природничо-наукової та загальнооекономічної підготовки</b>																	
ОКЗ 6.1		+	+		+	+		+	+		+	+		+				
ОКЗ 6.2		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ОКЗ 7	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+		+		+	+	
ОКЗ 8		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+		+		
ОКЗ 9.1		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ОКЗ 9.2		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ОКЗ 10		+	+			+		+	+		+	+	+	+	+	+		+
	<b>1.2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>																	
ОКП 1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+
ОКП 2	+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	+		+		
ОКП 3		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ОКП 4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		
ОКП 5		+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+		+
ОКП 6	+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	+	+	+		+
ОКП 7	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	
ОКП 8	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ОКП 9	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+		
ОКП 10	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		



Шифр компетен-тності Шифр дисципліни	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18
ОКП 11	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ОКП 12		+	+			+		+	+		+	+	+	+	+	+		+
ОКП 13	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОКП 14		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ОКП 15	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ОКП 16	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОКП 17	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	
ОКП 18	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ОКП 19	+		+			+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	
ОКП 20		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ОКП 21	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ОКП 22	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ОКП 23	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		
<b>2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП</b>																		
ВБК 1.1	+	+	+		+	+		+	+		+	+		+	+	+		
ВБК 1.2	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+		+		+		
ВБК 2.1		+	+			+		+	+		+	+	+	+	+	+		+
ВБК 2.2	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	
ВБК 3.1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ВБК 3.2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	
ВБК 4.1	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
ВБК 4.2	+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
ВБК 5.1		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		
ВБК 5.2	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	
ВБК 6.1		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ВБК 6.2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ВБК 7.1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ВБК 7.2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ВБК 8.1	+	+	+			+	+	+	+		+	+		+		+	+	
ВБК 8.2	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+	+	
ВБК 9.1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	

