

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти	<i>перший (бакалаврський)</i>
спеціальність	<i>D5 Маркетинг</i>
галузь знань	<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>

ЗАТВЕРДЖЕНО:

вченою радою Дніпровського
національного університету
імені Олеся Гончара
протокол № 162 від 26 . 06 .2025 р.

Ректор Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара
Сергій ОКОВИТИЙ
(наказ № 190 від 30 . 06 .2025 р.)



**Дніпро
2025**

ПЕРЕДМОВА

1. Внесено: кафедрою маркетингу та міжнародного менеджменту, факультету економіки.

2. Розробники (робоча група):

1. Зінченко О.А., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту.
2. Могилова А.Ю., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту.
3. Сокол П.М., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту.
4. Смирнова Т.А., старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту.
5. Гордійчук С.М., директор, ТОВ фірма «Размах».
6. Шатова Ю.В., ДНУ, здобувач вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем, 2021 р.н., 075 Маркетинг ОП «Маркетинг».

3. При розробці враховані вимоги:

Освітнього стандарту спеціальності:

Стандарт вищої освіти зі спеціальності МАРКЕТИНГ затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, введений в дію з 2018/2019 навчального року.

Наказ Міністерства освіти і науки України 13.06.2024 р. № 842 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти».

Постанови КМУ від 29 квітня 2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» (зі змінами).

4. Рецензії-відгуки стейкхолдерів (додаються):

Роботодавці:

1. Яковенко С.М., директор, ТОВ НТП «КОНТУР».
2. Середа Н.А., маркетинговий директор, ТОВ «Стиль Д».
3. Дзюра Д.Є., директор, ТОВ «Технооптторг-Трейд».

Здобувачі вищої освіти:

1. Михайленко О.А., ДНУ, 2022 р.н., 075 Маркетинг, ОП Маркетинг.
2. Коростильова К.Д., ДНУ, 2022 р.н., 075 Маркетинг, ОП «Маркетинг».
3. Воронова А.С., ДНУ, 2024 р.н., 075 Маркетинг, ОП «Маркетинг».

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рекомендовано:

вчена рада факультету економіки:
протокол №12 від «02» червня 2025 р.

Голова вченої ради _____ (Тетяна ГРИНЬКО)

Погоджено:

Рада із забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності ДНУ:
протокол № 8 від «17» 06 2025 р.

Голова РЗЯВО _____ (Валентина СІЛЧ-БАЛГАБАЄВА)

Затверджено та надано чинності рішенням вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара:
від 26 . 06 .2025 р., протокол № 12 (редакція №1 для набору 2025/2026 н.р.).

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Факультет економіки Кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми (англійською мовою)	Educational and professional program «Marketing»
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітня кваліфікація мовою оригіналу	бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь: Бакалавр Спеціальність: D5 Маркетинг Освітня програма: «Маркетинг»
Кваліфікація в дипломі (англійською мовою)	Degree: bachelor Specialty: D5 Marketing Educational program: «Marketing»
Професійна кваліфікація	Не надається. Процедура присвоєння професійної кваліфікації регламентується «Порядком про присвоєння професійної кваліфікації у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара» https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/2025/2025_P_PPK.pdf
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців. (Для здобуття ступеня бакалавра: - на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст») ЗВО має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої ОП підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» ЗВО має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.).
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти Сертифікат про акредитацію освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг перший (бакалаврський) рівень від 03.07.2025 р. № 17445 Строк дії сертифіката до 01.07.2026 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	повна загальна середня освіта або ступінь молодшого бакалавра або ступінь фахового молодшого бакалавра (ОКР

	молодшого спеціаліста)
Форми навчання	денна, заочна
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату з акредитації освітньої програми до 01.07.2026 р. або до проходження повторної акредитації освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.dnu.dp.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	галузь знань спеціальність Об'єкт(и) вивчення та/або діяльності: 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.
Відповідна деталізована галузь Міжнародної стандартної класифікації освіти ISCED-F 2013	0414 Marketing and advertising
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма бакалавра має академічно-прикладну орієнтацію
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта у галузі Бізнес, адміністрування та право зі спеціальності «Маркетинг». <i>Ключові слова:</i> маркетинг, логістика, маркетингова товарна політика, поведінка споживача, маркетингове ціноутворення, маркетингові дослідження, маркетингові комунікації.

Особливості програми	Вимагає спеціального креативного підходу та комунікаційного мислення до опанування маркетингових дисциплін, та є базовими для проходження професійної сертифікації в «Українській Асоціації Маркетингу» на відповідність їх знань і навиків посадам маркетологів. І проходження сертифікаційних екзаменів за наступними рівнями: Маркетолог - менеджер з маркетингових досліджень (рівень В); Маркетолог - менеджер з торговельного маркетингу (рівень В).
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати на первинних посадах за професіями, визначеними Національним класифікатором України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (зі змінами): <i>2 Професіонали</i> 24 Інші професіонали 241 Професіонали в сфері державної служби, аудиту, бухгалтерського обліку, праці та зайнятості, маркетингу, ефективності підприємництва, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.2 Фахівець з публічних закупівель 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2.1 Фахівець із стандартизації, сертифікації та якості 2419.2.18,65 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2.65 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2.25371.1 Економіст із збуту 2419.2 Експерт із торговельно-економічних операцій 2419.2 Логіст 244 Професіонали в галузі економіки, соціології, археографії, археології, географії, кримінології та палеографії 2441 Професіонали в галузі економіки 2441.2 Економісти 2441.2 Економіст із ціноутворення 2441.2. (25362.1) Економіст з матеріально-технічного забезпечення
Подальше навчання	Продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти для здобуття ступеня магістра. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику тощо.
Оцінювання	Екзамени, диференційовані заліки або заліки, тестування, есе, презентації, захист курсової роботи (проєкту), проєктна робота,

	захист звітів з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи тощо. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти здійснюється за 100-бальною шкалою.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</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. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК\ФК)	<i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i> 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 кроссфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
--	--

7 – Програмні результати навчання

Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти:

- ПР01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- ПР02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПР03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПР04. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПР05. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПР06. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПР07. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПР08. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПР09. 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.

Результати навчання, визначені закладом вищої освіти:

ПР19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміти застосовувати їх в професійній діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах: відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; впровадження результатів стажування та наукової діяльності в освітній процес.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується мультимедійне обладнання для проведення лекцій, практичних та лабораторних занять (обладнання комп'ютерних лабораторій/аудиторій (із відповідним програмним забезпеченням) з доступом до мережі Internet. У разі використання технологій дистанційного навчання передбачається використання платформи MS Office 365.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Університет має власний веб сайт за адресою http://dnu.dp.ua , де розміщено інформацію щодо інформаційного та навчально-методичного забезпечення освітнього процесу. Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: бібліотеки (з вільним доступом до різноманітних джерел інформації, також до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection), мережі Internet з вільним доступом, цифрового репозиторію. Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених робочих програмах для кожного освітнього компоненту, а також програмах практичної підготовки. В наявності завдання для самостійної (індивідуальної) роботи студентів, методичні рекомендації для виконання курсових та кваліфікаційних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь студентів розроблено для поточного та семестрового контролю з кожного освітнього компоненту, а також для підсумкової атестації. Для формування та дотримання принципів академічної

	добросовісності в освітньому процесі застосовується академічна антиплагіатна система відповідно до діючої угоди.
9 – Академічна мобільність	
Національна (внутрішня) кредитна мобільність	На основі угод/договорів між ДНУ та університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі угод/договорів між ДНУ та університетами інших країн
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови вивчення студентом української мови

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

2.1. Перелік компонент ОП

240 кредитів ЕКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти:				
I Цикл загальної підготовки				
ОК 1.1	Фізичне виховання та здоровий спосіб життя	3,0	залік	1, 2, 3
ОК 1.2	Безпека праці та життєдіяльності	3,0	диф. залік	5
ОК 1.3	Історія та культура України	4,0	диф. залік	2
ОК 1.4	Філософія та етика	3,0	екзамен	4
ОК 1.5	Іноземна мова (англійська/ німецька/ французька)	6,0	залік	2,3
ОК 1.6	Сучасна українська мова	3,0	диф. залік	2
ОК 1.7	Реалізація прав, свобод і обов'язків громадянина України	3,0	залік	4
ОК 1.8	Інформаційні та комунікаційні технології	3,0	залік	1
Всього I		28		
II Цикл професійної підготовки				
ОК 2.1	Основи економіко-математичних досліджень	5,0	екзамен	1
ОК 2.2	Вступ до спеціальності та основи бізнес-комунікацій	5,0	диф. залік	1
ОК 2.3	Основи наукових досліджень в маркетингу та академічна добросесність	3,0	екзамен	2
ОК 2.4	Нормативно-правове регулювання професійної діяльності	3,0	залік	1
ОК 2.5	Мікроекономіка та макроекономіка	4,0	екзамен	1
ОК 2.6	Економіко-математичні методи та моделі	4,0	екзамен	2
ОК 2.7	Регіональна економіка	4,0	екзамен	1
ОК 2.8	Міжнародна економіка	4,0	екзамен	4
ОК 2.9	Статистика	4,0	екзамен	3
ОК 2.10	Економіка підприємства	4,0	екзамен	2
ОК 2.11	Фінанси, гроші та кредит	4,0	екзамен	2
ОК 2.12	Менеджмент	4,0	екзамен	3
ОК 2.13	Бухгалтерський облік	3,0	екзамен	5
ОК 2.14	Маркетинг	6,0	екзамен	2, 3
ОК 2.15	Інфраструктура товарного ринку	3,0	екзамен	3
ОК 2.16	Товарознавство	5,0	екзамен	1
ОК 2.17	Поведінка споживача	4,0	екзамен	6

ОК 2.18	Інтернет - маркетинг	3,0	залік	4
ОК 2.19	Інформаційні системи та технології в маркетингу	3,0	екзамен	5
ОК 2.20	Маркетингові дослідження	5,0	екзамен	5
ОК 2.21	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»	1,0	диф. залік	5
ОК 2.22	Маркетинг інновацій	4,0	екзамен	4
ОК 2.23	Логістика	4,0	екзамен	8
ОК 2.24	Маркетингова товарна політика	5,0	екзамен	5
ОК 2.25	Управління продажами	3,0	залік	6
ОК 2.26	Міжнародний маркетинг	4,0	екзамен	6
ОК 2.27	Маркетингове ціноутворення	4,0	екзамен	7
ОК 2.28	Реклама	4,0	екзамен	7
ОК 2.29	Паблік рілейшнз в бізнесі	4,0	екзамен	7
ОК 2.30	Міждисциплінарна курсова робота «Удосконалення маркетингової діяльності підприємства»	2,0	диф. залік	7
ОК 2.31	Маркетинг промислового підприємства	3,0	екзамен	8
ОК 2.32	Маркетинг послуг	3,0	екзамен	8
ОК 2.33	Маркетингові комунікації	4,0	екзамен	6
ОК 2.34	Брендинг	3,0	залік	6
ОК 2.35	Зелений маркетинг	3,0	екзамен	4
ОК 2.36	Виробнича практика: виробнича	3,0	диф. залік	6
ОК 2.37	Виробнича практика: переддипломна	6,0	диф. залік	8
ОК 2.38	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	9,0	кваліфікаційна робота	8
Всього II		149		
Разом		177		
Вибіркові компоненти:				
2 курс				
ВК 1	Дисципліна 1 Базова загальновійськова підготовка (теоретична підготовка) / Цивільний захист та основи медичних знань*	3,0	диф. залік	3
ВК 2	Дисципліна 2	5,0	диф. залік	3
ВК 3	Дисципліна 3	5,0	диф. залік	3
ВК 4	Дисципліна 4	5,0	диф. залік	4
ВК 5	Дисципліна 5	5,0	диф. залік	4
3 курс				
ВК 6	Дисципліна 6	5,0	диф. залік	5
ВК 7	Дисципліна 7	5,0	диф. залік	5
ВК 8	Дисципліна 8	5,0	диф. залік	6
ВК 9	Дисципліна 9	5,0	диф. залік	6
4 курс				
ВК 10	Дисципліна 10	5,0	диф. залік	7
ВК 11	Дисципліна 11	5,0	диф. залік	7
ВК 12	Дисципліна 12	5,0	диф. залік	7
ВК 13	Дисципліна 13	5,0	диф. залік	8
Загальний обсяг обов'язкових компонент				177 (74%)

Загальний обсяг вибірових компонент (дисциплін вибору студента)	63 (26%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	240

Примітка:

- здобувачі вищої освіти обирають дисципліни за вибором відповідно до «Положення про порядок обрання здобувачами вищої освіти дисциплін за вибором у ДНУ» (перелік дисциплін розміщується на сайті університету);
- здобувачі, які обирають можливості академічної чи національної мобільності та/або поновлюються/переводяться мають право у сукупності набирати кількість кредитів з вибірових компонентів на рік (семестр) навчання у відповідності до визначеної кількості кредитів у ОП.

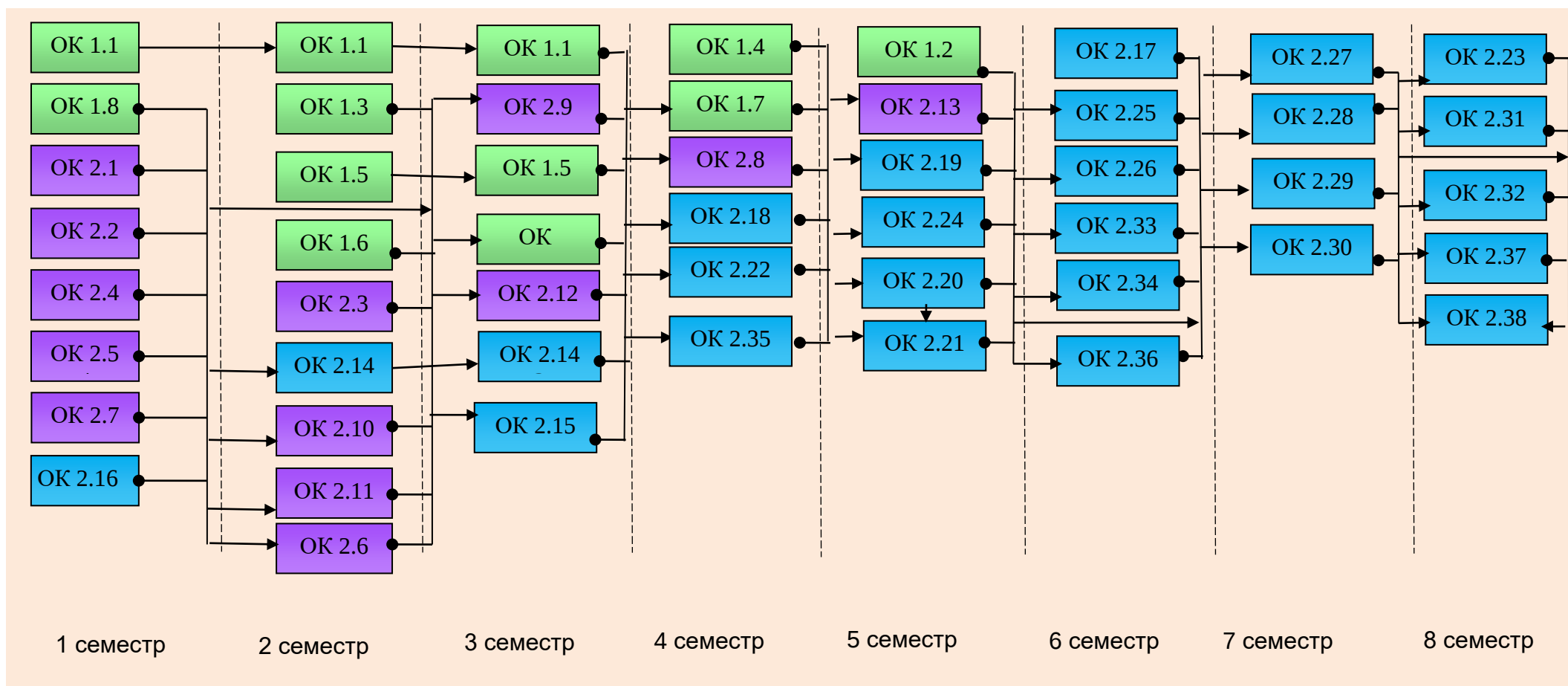
* - позначені вибірові компоненти, які обираються з урахуванням вимог виконання відповідно до пункту 8 Порядку проведення базової загальної підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21 червня 2024 р. № 734.

2.2. Структурно-логічна схема ОП

240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів в за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.8, ОК 2.1, ОК 2.2, ОК 2.4, ОК 2.5, ОК 2.7, ОК 2.16	8	16
	2	ОК 1.1, ОК 1.3, ОК 1.5, ОК 1.6, ОК 2.3, ОК 2.6, ОК 2.10, ОК 2.11, ОК 2.14	9	
2	3	ОК 1.1, ОК 1.5, ОК 2.9, ОК 2.12, ОК 2.14, ОК 2.15, ВК 2, ВК 3	8	16
	4	ОК 1.4, ОК 1.7, ОК 2.8, ОК 2.18, ОК 2.22, ОК 3.35, ВК 4, ВК 5	8	
3	5	ОК 1.2, ОК 2.13, ОК 2.19, ОК 2.20, ОК 2.21, ОК 2.24, ВК 6, ВК 7	8	16
	6	ОК 2.17, ОК 2.25, ОК 2.26, ОК 3.33, ОК 3.34, ОК 3.36, ВК 8, ВК 9	8	
4	7	ОК 2.27, ОК 2.28, ОК 2.29, ОК 3.30, ВК 10, ВК 11, ВК 12	7	13
	8	ОК 2.23, ОК 3.31, ОК 3.32, ОК 3.37, ОК 3.38, ВК 13	6	

Структурно-логічна схема послідовності вивчення (виконання) освітніх компонент ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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 університету, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньої програми

240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців

[illegible]