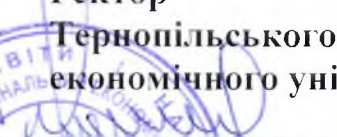



ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Ректор
Тернопільського національного
економічного університету

_____ А. І. Крисоватий
«» _____ 2020 р.



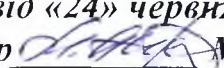
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

*Схвалено Вченою Радою ТНЕУ
протокол № 10 від «24» червня 2020 р.
Вчений секретар  М. А. Мудрак*

Тернопіль – 2020

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності
075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Тернопільський національний економічний університет, кафедра маркетингу.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший рівень вищої освіти, бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС (на базі повної загальної середньої освіти), 150-180 (на базі молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), термін навчання – 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Акредитація в 2019 році. Протокол №136 від 6 червня 2019 року. Сертифікат про акредитацію серія УД № 20010539. Дійсний до 1 липня 2024 року
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта.
Мова(и) викладання	Українська.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.tneu.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють сучасним креативним мисленням та здатні розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингу, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область 075 Маркетинг 07 Управління та адміністрування	<p>Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>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</p> <p>Методи, методики та технології наукового пізнання, загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та</p>

	технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементатції маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Практична зорієнтованість на розв'язання проблем маркетингу в умовах цифрової економіки, формування аналітичних, лідерських, фахових компетентностей фахівця у сфері маркетингу.
Основний фокус освітньої програми	Основні предмети – обов'язкові дисципліни загальної та професійної підготовки (75 %). Дисципліни вільного вибору студента, що розширюють загальні та спеціальні (фахові) компетентності складають 25,0 %. Акцент робиться на професійно-орієнтованих дисциплінах, які забезпечують практичну підготовку бакалавра з маркетингу та розвиток професійних компетентностей при здійсненні діяльності у галузі маркетингу. Набуті компетентності можуть бути застосовані в експертно-аналітичній, політико-організаційній, економічній, соціальній, консультативній та громадській сферах діяльності. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, управління розподілом, маркетингова товарна політика, комунікації, управління споживачами, ринок споживачів, промисловий ринок, інтернет-маркетинг.
Особливості програми	Програма враховує сучасні тенденції розвитку маркетингу, що визначаються поєднанням інструментів класичного маркетингу, інтернет маркетингу. Структура програми передбачає вивчення теорії і практики маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіння креативними методиками професійної діяльності. Безперервні зміни в сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на діджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркових дисциплін освітньої програми періодично оновлюється, що дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери інтернет технологій в маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр маркетингу може займати первинні посади (за ДК 003:2010): 1473. Менеджери (управителі) у сфері надання інформації 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.4 Менеджер (управитель) з питань комерційної діяльності та управління ; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 3415. Технічні та торговельні представники; 3421. Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів
Подальше навчання	Бакалавр може продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Лекційні заняття поєднуються з практичними заняттями, диспуатами, «мозковими штурмами» та робочими зустрічами з фахівцями в галузі маркетингу, керівниками установ і організацій, керівництвом органів влади та місцевого самоврядування. Практикується студентсько-центричне навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання. Широко використовується алгоритмізація навчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, що розміщені в інституційному репозитарії бібліотеки ТНЕУ ім. Л. Каніщенка. Проведення консультацій викладачами як особистісно-орієнтована педагогічна взаємодія суб'єктів навчання у ВНЗ, метою і рівнем ефективності якої є формування професійної компетентності майбутнього фахівця.
Оцінювання	Тестування, опитування, дискусії, презентації виконаних тренінгових завдань і вправ та самопрезентування, модульні контрольні роботи, усні та письмові екзамени, проектна робота, ділові ігри, захист: комплексних практичних індивідуальних завдань; курсових робіт; звіту з переддипломної практики. Державна атестація здійснюється у формі складання комплексного кваліфікаційного іспиту.
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 (ЗК)	<p>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.</p> <p>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> <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</p>

	<p>знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13.Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові)компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній 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 кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>

	<p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. 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.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
--	---

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам ліцензійних умов. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують.
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, тренінговий центр, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу.

	<p>До послуг студентів і викладачів є також читальний зал на 80 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступу до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт http://www.tneu.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в інституційному репозитарії бібліотеки ТНЕУ ім. Л. Каніщенка: http://library.tneu.edu.ua.</p> <p>Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://www.tneu.edu.ua.</p> <p>Вільний доступ через сайт ТНЕУ до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Відповідно до укладених угод ТНЕУ.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до укладених угод ТНЕУ та угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до вимог чинного законодавства.

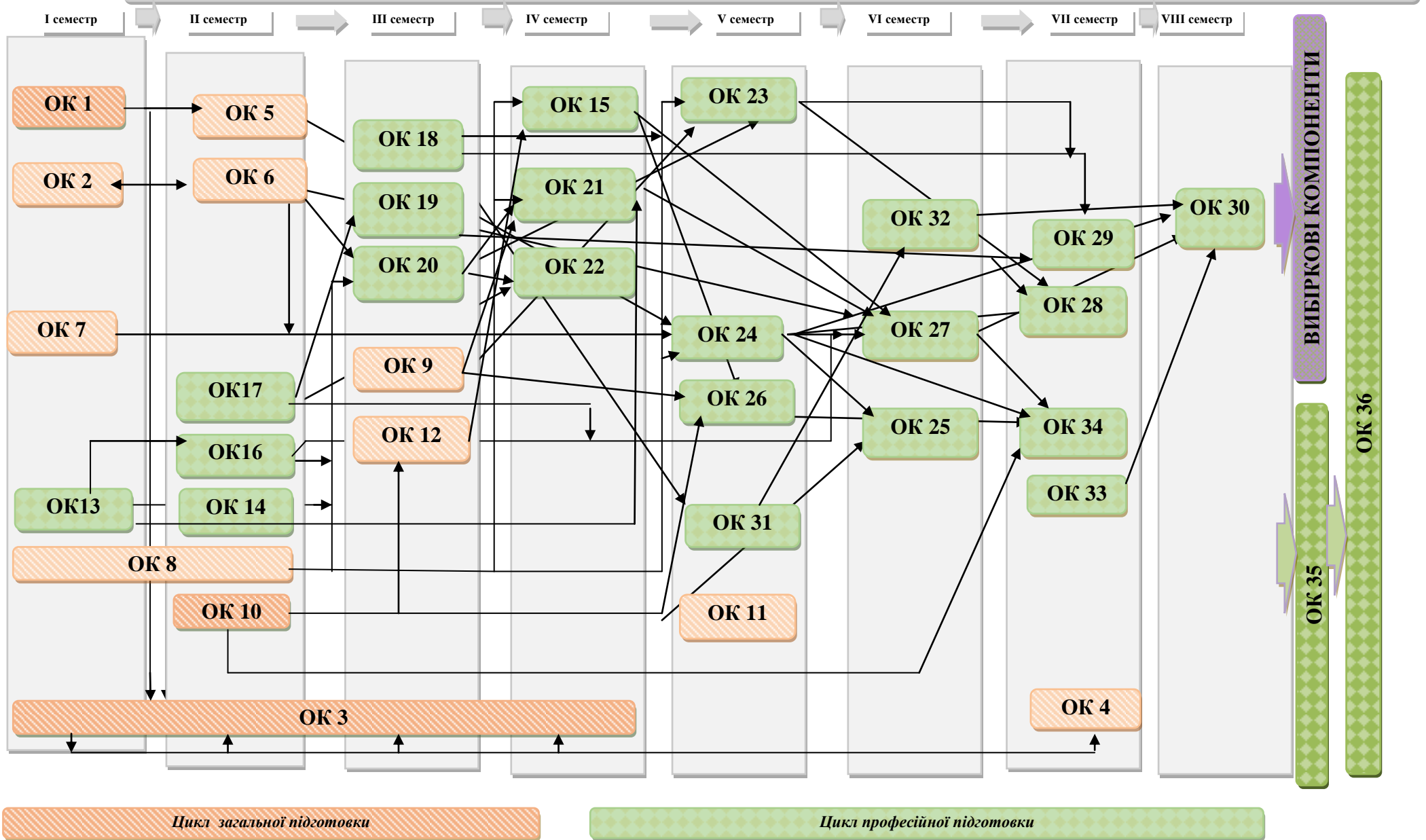
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік освітніх компонент.

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, бакалаврська робота, комплексний кваліфікаційний екзамен)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ (ОК)			
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОК 1.	Українознавство: українська мова (за професійним спрямуванням)	2	залік
ОК 2.	Українознавство: історія становлення української державності	4	екзамен
ОК 3.	Іноземна мова	7	екзамен, залік, залік
ОК 4.	Іноземна мова: фахова іноземна мова	1	залік
ОК 5.	Філософія та політологія: філософія	5	екзамен
ОК 6.	Філософія та політологія: політологія	4	залік
ОК 7.	Психологія професійної діяльності	5	екзамен
ОК 8.	Прикладна математика для економістів: вища математика для економістів	7	екзамен, залік
ОК 9.	Прикладна математика для економістів: теорія ймовірності і математична статистика	5	екзамен
ОК 10.	Інформаційно-комунікаційні технології	5	екзамен
ОК 11.	Статистика	4	екзамен
<i>Разом</i>		49	
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОК 12.	Менеджмент	5	екзамен
ОК 13.	Економікс : макроекономіка	5	екзамен
ОК 14.	Економікс : мікроекономіка	8	екзамен
ОК 15.	Економетрика	5	екзамен
ОК 16.	Міжнародна економіка	5	екзамен
ОК 17.	Право	5	екзамен
ОК 18.	Підприємництво	5	екзамен
ОК 19.	Бухгалтерський облік і оподаткування	5	екзамен
ОК 20.	Фінанси	5	екзамен
ОК 21.	Банківська система	4	екзамен
ОК 22.	Податкова система	5	екзамен
ОК 23.	Фінансовий менеджмент	5	екзамен
ОК 24.	Маркетинг	5	екзамен
ОК 25.	Курсова робота з фаху	3	залік
ОК 26.	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ОК 27.	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 28.	Маркетингова цінова і товарна політика	6	екзамен
ОК 29.	Маркетингова аналітика	5	екзамен
ОК 30.	Управління розподілом та продажами	5	екзамен
ОК 31.	Товарознавство	5	екзамен
ОК 32.	Організація та управління торговим підприємством	6	екзамен

ОК 33.	Організація торгівлі	5	екзамен
ОК 34.	Міждисциплінарна курсова робота	3	залік
ОК 35.	Виробнича практика	9	залік
ОК 36.	Атестаційний екзамен	6	екзамен
<i>Разом</i>		131	
Разом обсяг обов'язкових компонент:		180	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240 кредитів	

2.2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми «Маркетинг»**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36			
ЗК 1		•			•	•	•		•			•					•																						
ЗК 2	•	•			•	•	•						•	•				•																					
ЗК 3		•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•																								
ЗК 4	•		•		•		•			•		•																											
ЗК 5		•					•		•			•																											
ЗК 6					•		•			•															•	•	•	•											
ЗК 7	•		•			•					•														•	•	•								•				
ЗК 8					•		•		•	•														•		•									•				
ЗК 9				•	•	•		•			•		•	•				•								•	•												
ЗК 10			•	•																																	•		
ЗК 11							•					•																											
ЗК 12	•		•	•	•	•	•			•		•																	•										
ЗК 13			•	•			•									•																							
ЗК 14		•			•	•	•					•																											
СК 1													•	•											•	•	•												
СК 2															•			•	•	•	•	•				•													
СК 3																									•	•	•	•	•	•	•				•	•	•	•	
СК 4															•	•		•	•	•	•	•								•	•	•			•	•	•		
СК 5																									•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	
СК 6																									•	•	•	•	•	•						•	•	•	
СК 7																			•		•			•	•		•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	
СК 8													•	•	•	•								•	•	•	•	•	•						•	•	•	•	
СК 9														•	•	•								•	•	•	•	•	•	•		•				•	•	•	•
СК 10																									•	•	•	•	•	•						•	•	•	•
СК 11													•	•		•										•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•
СК 12																									•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
СК 13																											•	•	•	•						•	•	•	•
СК 14																			•					•	•	•	•	•	•	•						•	•	•	•

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми «Маркетинг»**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	
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	•	•			•	•												•							•							•		•	•	•	

Перелік нормативних документів, на яких базується ОПШ

А. Офіційні документи:

1. ESG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf
2. ISCED (МСКО) 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>
3. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>
4. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
5. Класифікатор професій (КП) станом на 01.10.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/res/spravochniki/klassifikprofessiy.aspx>
6. Класифікація видів економічної діяльності: національний класифікатор України КВЕД 009:2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dtkt.com.ua/show/0sid0177.html>
7. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Схвалено сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України протокол від 29.03.2016 № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/>
8. Національна рамка кваліфікацій: Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>
9. Области образования и профессиональной подготовки 2013 (МСКО-О 2013): Сопроводительное руководство к Международной стандартной классификации образования 2011. – Институт статистики ЮНЕСКО, 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/isced-f-2013-fields-of-education-training-2014-rus.pdf>.
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
11. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.15 року № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
12. Про затвердження зміни до національного класифікатора України ДК 003-2010: наказ Міністерства економічного розвитку України від 02.09.2015 р. № 1084 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/ShowArticle.aspx?a=272508>
13. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266: наказ МОН

України від 06.11.2015 № 1151 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>

14. Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальність 075 Маркетинг, затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

15. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. – К. : Ленвіт, 2006. – 35 с. ISBN 966-7043-96-7.

Б. Корисні посилання:

1. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>

2. Tuning Educational Structures in Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>

3. Національний глосарій 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf

4. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>

5. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf