

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПВНЗ «МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АКАДЕМІКА СТЕПАНА ДЕМ'ЯНЧУКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ / проф. В. А. Дем'янчук /
(протокол № 8 від «23» 04 2026 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.20 26 р.

Ректор _____ / проф. В. А. Дем'янчук /
(наказ № 031/46-OP від «23» 04 2026 р.)

Рівне 2026 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» Економічний факультет. Кафедра менеджменту.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До повного завершення періоду навчання або наступного оновлення програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.megu.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, конкурентоспроможних на ринку праці, які володіють креативним мисленням та спеціальними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності в умовах сучасного бізнес-середовища	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг». Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності,

	розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра орієнтована на формування загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, що дозволяють розв'язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна вища освіта першого (бакалаврського) рівня у галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг». <i>Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингова стратегія, поведінка споживачів, інформаційно-комунікаційні технології, цифровий маркетинг.</i>
Особливості програми	Програма розроблена на засадах поєднання класичних та інноваційних методів навчання, спрямована на ґрунтовну спеціальну підготовку маркетологів, здатних розробляти ефективні рішення та використовувати цифрові інструменти і технології в процесі провадження маркетингової діяльності; генерувати нові ідеї для розробки та реалізації маркетингових стратегій; застосовувати засвоєні знання та набуті навички у професійній діяльності. Програма є практико-орієнтованою – враховує специфіку цифрової трансформації економіки та суспільства, регіонального ринку праці та тренди поведінки споживачів і бізнес-середовища.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійна діяльність у сфері маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Випускники можуть обіймати первинні посади за такими професіями згідно Класифікатору професій ДК 003:2010: 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; 2419.2 – консультант з маркетингу; 2419.2 – рекламіст; 3429 – агент рекламний; 3429 – представник з реклами; 3415 – мерчендайзер; 3415 – агент комерційний. Місця працевлаштування: суб'єкти господарювання усіх видів економічної діяльності та організаційно-правових форм.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання та навчання здійснюється на засадах студентоцентрованого, проблемно-орієнтованого, міждисциплінарного підходів. Викладання проводиться з використанням інтерактивних методів навчання у вигляді лекційних, практичних, семінарських та лабораторних занять, консультацій, навчальної, виробничих практик та підготовки курсової роботи.
Оцінювання	Поточне усне та письмове оцінювання, тестовий контроль, презентація індивідуальних робіт, есе, захист звітів з практик, підсумковий контроль (екзамени, заліки), захист курсової роботи та складання атестаційного екзамену.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	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 інноваційній 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. СК15. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в цифровому просторі. СК16. Здатність виявляти і аналізувати особливості поведінки суб'єктів регіонального ринку.
7 – Програмні результати навчання	
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. 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.
- P19. Виявляти навички розробки та впровадження маркетингових стратегій у цифровому просторі.
- P20. Демонструвати знання особливостей розвитку регіонального ринку в умовах євроінтеграції та сталого розвитку, функціонування господарських суб'єктів та поведінки споживачів на ньому.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Реалізація програми забезпечується висококваліфікованими фахівцями, які мають досвід науково-дослідної, навчально-методичної та практичної роботи за спеціальністю D5 «Маркетинг» та відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти (постанова КМУ від 30.12.2015 р. №1187).
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти (навчальні корпуси, гуртожитки, тематичні кабінети, бібліотека, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання, спортивний зал, басейн).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти (наявність у бібліотеці університету фахових періодичних видань відповідного або спорідненого профілю, наявність офіційного веб-сайту закладу освіти; наявність електронного ресурсу закладу освіти, який містить навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану). Навчально-методичні комплекси дисциплін розташовано на дистанційній платформі Moodle (з наданням доступу здобувачам вищої освіти).

9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Індивідуальна кредитна мобільність студентів, науково-педагогічних працівників університету у тому числі навчання реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки.
Міжнародна кредитна мобільність	Університет Бат Спа (Велика Британія), Університет імені Марії Кюрі-Склодовської в Любліні, Великопольська академія соціально-економічних наук, Краківський Університет імені Анджея Фрича Моджевського, Університет економіки в Бидгощі (Польща); Економічний університет в Братиславі (Словаччина); Університет імені Томаса Бата (Чехія), Університет Барселони (Іспанія), Університет бізнесу та технологій (Грузія)

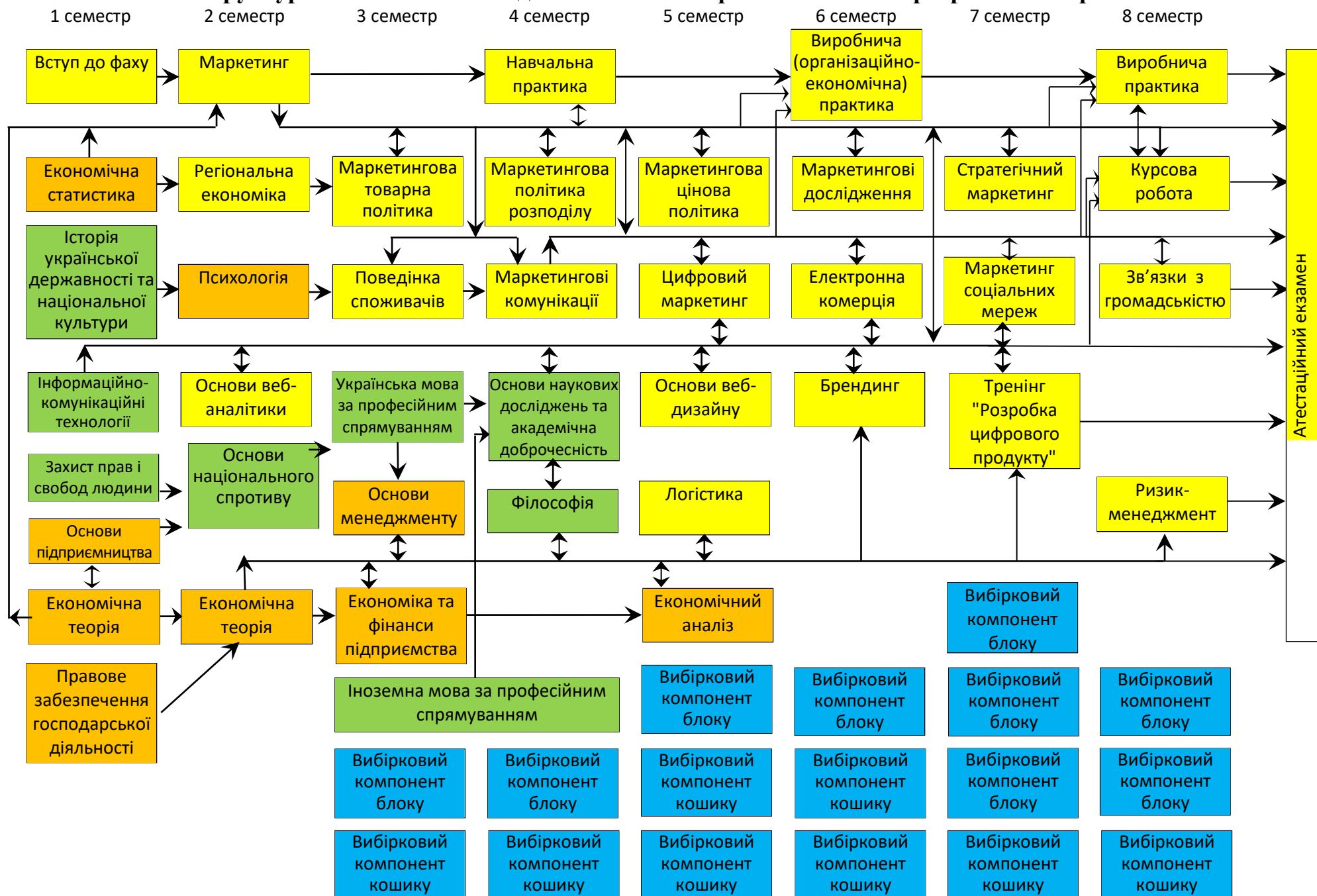
2. Перелік компонент ОПП та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми

Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Історія української державності та національної культури	3	екзамен
ОК 2	Захист прав і свобод людини	3	екзамен
ОК 3	Іноземна мова за професійним спрямуванням	6	екзамен
ОК 4	Українська мова за професійним спрямуванням	3	екзамен
ОК 5	Філософія	3	екзамен
ОК 6	Основи національного спротиву	5	залік
2. Цикл професійної підготовки			
ОК 7	Інформаційно-комунікаційні технології	3	залік
ОК 8	Економічна статистика	5	екзамен
ОК 9	Основи підприємництва	5	залік
ОК 10	Вступ до фаху	5	залік
ОК 11	Економічна теорія	9	екзамен
ОК 12	Правове забезпечення господарської діяльності	3	залік
ОК 13	Психологія	3	екзамен
ОК 14	Маркетинг	8	екзамен
ОК 15	Основи веб-аналітики	4	залік
ОК 16	Регіональна економіка	4	екзамен
ОК 17	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 18	Основи менеджменту	3	залік
ОК 19	Поведінка споживачів	5	екзамен
ОК 20	Економіка та фінанси підприємства	4	екзамен
ОК 21	Навчальна практика	3	залік
ОК 22	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	3	залік
ОК 23	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 24	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОК 25	Основи веб-дизайну	3	залік
ОК 26	Цифровий маркетинг	6	екзамен
ОК 27	Економічний аналіз	4	екзамен
ОК 28	Маркетингова цінова політика	4	екзамен
ОК 29	Логістика	3	екзамен
ОК 30	Виробнича (організаційно-економічна) практика	6	залік
ОК 31	Брендинг	5	екзамен
ОК 32	Електронна комерція	4	екзамен
ОК 33	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 34	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОК 35	Маркетинг соціальних мереж	6	екзамен
ОК 36	Тренінг «Розробка цифрового продукту»	3	залік
ОК 37	Виробнича практика	9	залік
ОК 38	Ризик-менеджмент	3	екзамен
ОК 39	Зв'язки з громадськістю	3	екзамен
ОК 40	Курсова робота	3	залік

	Атестаційний екзамен	1	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Вибіркові компоненти освітньої програми			
1. Вибір за блоками			
<i>Вибірковий блок 1</i>			
ВК 1.1	Експертиза товарів та послуг	4	залік
ВК 1.2	Організація торгівлі	4	залік
ВК 1.3	Маркетинг послуг	4	залік
ВК 1.4	Маркетинг некомерційних організацій	4	залік
ВК 1.5	Методології безперервного вдосконалення	4	залік
ВК 1.6	Промисловий маркетинг	4	залік
ВК 1.7	Мерчендайзинг	4	залік
ВК 1.8	Персональний брендинг	4	залік
ВК 1.9	Контент-маркетинг	4	залік
<i>Вибірковий блок 2</i>			
ВК 2.1	Документування управлінської діяльності	4	залік
ВК 2.2	Трудове право	4	залік
ВК 2.3	Конфліктологія	4	залік
ВК 2.4	Організаційна поведінка	4	залік
ВК 2.5	Тайм-менеджмент	4	залік
ВК 2.6	Кроскультурний менеджмент	4	залік
ВК 2.7	Бізнес-планування	4	залік
ВК 2.8	Бізнес діагностика	4	залік
ВК 2.9	Корпоративне управління	4	залік
<i>Вибірковий блок 3</i>			
ВК 3.1	Державна фінансова політика	4	залік
ВК 3.2	Державні фінанси	4	залік
ВК 3.3	Місцеві фінанси	4	залік
ВК 3.4	Інвестування та інвестиційний аналіз	4	залік
ВК 3.5	Бюджетування діяльності суб'єктів господарювання	4	залік
ВК 3.6	Фінансова безпека	4	залік
ВК 3.7	Фінансова статистика	4	залік
ВК 3.8	Соціальна відповідальність бізнесу	4	залік
ВК 3.9	Економіка праці та соціально-трудові відносини	4	залік
2. Вибір з переліку (студент обирає дисципліну з переліку)			
ВК 4	Дисципліна на вибір 3 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 5	Дисципліна на вибір 4 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 6	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 7	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 8	Дисципліна на вибір 6 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 9	Дисципліна на вибір 6 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 10	Дисципліна на вибір 7 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 11	Дисципліна на вибір 8 семестру (1 дисципліна)	3	залік
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема підготовки бакалавра за освітньою програмою «Маркетинг»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувача вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» здійснюється у формі складання атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації бакалавра маркетингу.

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» та освітньо-професійною програмою «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито та публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39	OK40		
3K1	•	•			•	•			•			•										•																				
3K2	•	•		•	•	•				•		•		•								•																				
3K3					•			•			•		•		•	•				•								•											•		•	
3K4			•		•		•			•			•			•					•	•									•						•					
3K5									•				•			•		•													•						•					
3K6										•	•	•		•			•		•	•		•		•	•		•		•	•	•			•	•		•		•	•	•	
3K7			•	•			•	•	•		•						•	•	•	•	•		•	•	•			•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	
3K8							•	•							•				•			•											•							•		
3K9							•	•							•				•				•			•	•					•	•		•	•						
3K10			•																																							
3K11						•				•			•					•			•		•																			
3K12			•	•								•				•		•					•																•			
3K13			•									•		•																		•							•			
3K14	•	•			•	•			•	•				•					•																				•		•	
3K15		•								•		•										•																	•		•	
CK1										•				•			•						•	•					•				•	•				•			•	
CK2														•			•						•	•				•					•	•				•			•	
CK3							•	•			•				•																•						•				•	
CK4														•			•						•	•					•		•	•	•									
CK5												•					•						•	•					•	•					•				•			
CK6								•			•								•					•	•						•		•		•		•		•		•	
CK7																	•	•		•			•	•				•	•	•	•					•	•			•	•	
CK8									•			•						•			•											•		•				•				
CK9												•						•					•				•				•	•			•	•						
CK10							•								•												•							•								
CK11								•			•					•		•		•										•	•							•				
CK12			•								•								•	•				•	•																•	
CK13							•											•					•	•					•	•		•										•
CK14																		•					•	•				•			•		•		•			•			•	
CK15															•		•		•					•	•		•			•	•		•		•	•						
CK16																•	•		•					•		•				•			•									

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39	OK40		
P1										•				•			•		•		•		•	•				•					•	•								
P2							•	•		•	•				•	•				•		•						•			•		•				•			•		
P3												•									•						•	•		•	•			•	•		•	•			•	
P4							•	•								•	•		•									•				•						•			•	
P5									•		•		•			•												•			•			•	•			•			•	
P6								•									•	•						•	•		•	•		•	•			•				•			•	
P7							•								•									•								•	•	•		•	•					
P8																	•									•	•					•	•		•	•			•		•	
P9									•							•		•										•						•	•			•	•		•	
P10			•	•									•					•					•																•		•	
P11					•					•		•		•			•	•		•			•	•	•		•		•	•	•							•			•	
P12					•		•			•			•									•																	•			
P13									•				•					•																•		•						
P14													•					•																	•		•				•	
P15	•	•			•	•			•			•							•			•	•							•					•					•		
P16			•	•						•				•							•										•							•				
P17			•	•						•				•																		•						•				
P18	•	•			•	•																•									•								•			
P19															•											•	•				•	•		•	•	•				•		
P20																•	•		•						•			•		•		•		•					•			

6. Перелік нормативних документів

1. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти //URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>.
7. Наказ МОН України від 05.12.2018 р. № 1343 "Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти" // URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>

Корисні посилання:

8. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) // URL: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011 //URL: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.
10. Data for Sustainable Development Goals. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 // URL: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.
11. Data for Sustainable Development Goals 2021 // URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2021/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2021.pdf>.
12. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт // URL: <https://mon.gov.ua/ua>
13. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти: офіційний сайт // URL: <https://naqa.gov.ua/>
14. Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» // URL: <https://www.megu.edu.ua/sites/default/files/2025-03/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D>

[0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83%202024.pdf](#)

15. Положення про формування затвердження та оновлення освітніх програм в ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» // URL: <https://www.megu.edu.ua/sites/default/files/2024-10/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8%202024.pdf>

16. Наказ № 842 від 13.06.2024 "Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти" // URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>

17. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>