



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
Фаховий коледж «ОСВІТА»
Циклова комісія з маркетингу**

ЗАТВЕРДЖУЮ:

**Президент ЗВО «Відкритий міжнародний
університет розвитку людини «Україна»
Петро ТАЛАНЧУК**



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

«Marketing»

ID 78387

фахової передвищої освіти

за спеціальністю D5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Кваліфікація: фаховий молодший бакалавр з маркетингу

Затверджено рішенням Вченої ради Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» протокол № 3 від 24 квітня 2025 року
Освітньо-професійна програма вводиться в дію наказом від 24 квітня 2025 року №52

Київ – 2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
фахової передвищої освіти

Проректор з освітньої діяльності



Оксана КОЛЯДА

Начальник відділу методичної роботи



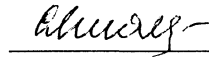
Вікторія БАУЛА

Голова Науково-методичного об'єднання
з управління та адміністрування



Ростислав ДУБАС

Директор Фахового коледжу «Освіта»



Світлана
СМОЛЯНОВА

Гарант освітньої програми



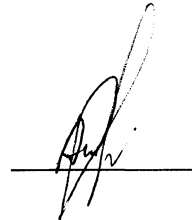
Ірина КУТЛІНА

Представник роботодавців:
директор ТОВ «Профіт Трейдс»



Олександр
СКУРСЬКИЙ

Представник студентського
самоврядування:
здобувач освіти освітньої програми
«Маркетинг» групи МК-22-1 фмб



Артем
АЙРІЯНЦ

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1	Кутліна Ірина Юріївна	гарант ОП, голова циклової комісії з управління та адміністрування	к.т.н.	-
2	Дубас Ростислав Григорович	завідувач кафедри управління та адміністрування	д.е.н.	професор
3	Шафранова Катерина Володимирівна	старший викладач циклової комісії з управління та адміністрування	к.е.н.	доцент

Рекомендовано Науково-методичним об'єднанням з управління та адміністрування у складі:

1	Дубас Ростислав Григорович <i>Голова НМО</i>	доктор економічних наук	професор	Завідувач кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту
2	Кутліна Ірина Юріївна	кандидат технічних наук		Професор кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту
3	Самофалова Марія Олексіївна	кандидат економічних наук	доцент	Доцент кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту
4	Швед Вадим Валерійович	кандидат економічних наук	доцент	Професор кафедри бізнесу та права Вінницького соціально-економічного інституту
5	Шафранова Катерина Володимирівна	кандидат економічних наук	доцент	Директор, доцент кафедри менеджменту та туризму Житомирського економіко-гуманітарного інституту
6	Долинський Сергій Вікторович	кандидат економічних наук	доцент	Доцент кафедри економіки та менеджменту Карпатського інституту підприємництва
7	Скупський Руслан Миколайович	доктор економічних наук	професор	Завідувач кафедри підприємництва, управління та адміністрування Миколаївського інституту розвитку людини
8	Черненко Олександр Володимирович	кандидат педагогічних наук		Доцент кафедри права та соціально-економічних відносин Центральноукраїнського інституту розвитку людини

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Пономаренко І.В., доцент кафедри маркетингу Державного торговельно-економічного університету, к.е.н., доцент.

2. Скурський О.І., директор ТОВ «ПРОФІТ ТРЕЙДС».

3. Представник студентського самоврядування: Айріянц Артем Сергійович, здобувач освіти освітньої програми «Маркетинг» групи МК-22-1фмб.

Зміст освітньої програми розглянуто:

- на засіданні Ради роботодавців (Протокол №2 від 21 листопада 2024 року);
- на засіданні циклової комісії управління та адміністрування (Протокол №3 від 11 березня 2025 року);
- на засіданні Педагогічної ради Фахового коледжу «Освіта» (Протокол №4 від 15 квітня 2025 року);
- на засіданні Науково-методичного об'єднання управління та адміністрування (Протокол №4 від 10 квітня 2025 року);
- на засіданні Науково-методичної ради (Протокол №4 від 17 квітня 2025 року).

1. Профіль освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
фахової передвищої освіти

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу освіти та структурного підрозділу	Заклад вищої освіти «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Фаховий коледж «Освіта» Циклова комісія з маркетингу
Рівень передвищої освіти	Фахова передвища освіта
Ступінь передвищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	фаховий молодший бакалавр фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг ‘Marketing’ ID 78387
Форма навчання	денна, заочна, мережева
Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Професійна кваліфікація	Не передбачено
Кваліфікація в дипломі	Рівень передвищої освіти – фаховий молодший бакалавр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом фахового молодшого бакалавра з маркетингу, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання – 1 рік 10 місяців 90% обсягу освітньої програми виділяється для забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за даною спеціальністю, визначених стандартом фахової передвищої освіти. Обсяг практик складає 12 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію серії ПС №000336 Спеціальність – D5 Маркетинг Освітній ступінь – фаховий молодший бакалавр Термін дії – до 01.07.2026.
Цикл/рівень	НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – початковий (короткий) цикл, EQF-LLL – 5 рівень
Передумови	Фахова передвища освіта може здобуватися на основі базової середньої освіти, повної загальної середньої освіти (профільної середньої освіти), професійної (професійно-технічної) освіти, фахової передвищої освіти або вищої освіти. Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі повної загальної середньої освіти (профільної середньої освіти) становить 120 кредитів ЄКТС. На основі базової середньої освіти здобувачі фахової передвищої освіти зобов’язані одночасно виконати освітню програму профільної середньої освіти, тривалість здобуття якої становить два роки. Освітня програма профільної середньої освіти професійного спрямування, що відповідає галузі знань та/або спеціальності, інтегрується з освітньо-професійною програмою фахового молодшого бакалавра. Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі професійної (професійно-технічної) освіти,

	фахової передвищої освіти або вищої освіти визначається закладом фахової передвищої освіти з урахуванням визнання раніше здобутих результатів навчання. Обсяг такої програми становить не менше 50 % загального обсягу освітньо-професійної програми на основі профільної середньої освіти.
Мова(и) викладання	Мовою освітнього процесу є державна мова. Забезпечується обов'язкове вивчення державної мови в обсязі 4 кредити ЄКТС та англійської мови в обсязі 4 кредитів ЄКТС, що дає змогу провадити професійну діяльність в обраній галузі з використанням державної мови та мови міжнародного спілкування. Особам, які належать до корінних народів, національних меншин України, іноземцям та особам без громадянства створюються належні умови для вивчення державної мови. Відповідно до освітньо-професійної програми можуть викладатися одна або декілька дисциплін англійською мовою, забезпечуючи при цьому здатність здобувачів фахової передвищої освіти продемонструвати результати навчання відповідної дисципліни державною мовою. У разі якщо є письмове звернення від одного чи більше здобувачів освіти, забезпечується переклад державною мовою. Атестація здобувачів фахової передвищої освіти проводиться державною мовою.
Термін дії освітньої програми	Програма дійсна впродовж дії стандарту фахової передвищої освіти та може бути відкоригована відповідно до діючих нормативних документів.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://ab.uu.edu.ua/NM_zabezpechennya_specialnostey_2025-26
2 – Мета освітньої програми	
- підготовка фахових молодших бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності; - надання базових знань з маркетингу шляхом проведення теоретичного та практичного навчання.	
3 - Характеристика освітньої програми	

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<i>Галузь знань:</i> D Бізнес, адміністрування та право <i>Спеціальність:</i> D5 Маркетинг Об'єкт вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з 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. 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, прикладна для фахового молодшого бакалавра. Програма складається з дисциплін загальної, професійної та практичної підготовки. Структура програми передбачає оволодіння знаннями щодо сучасних методів прийняття управлінських рішень; планування маркетингової діяльності організації; методів забезпечення конкурентоспроможності організації.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта з маркетингу, програма підготовки фахового молодшого бакалавра з маркетингу базується на загальновідомих результатах із урахуванням стану сучасних досліджень актуальних проблем маркетингу. Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємстві. Основний фокус, акценти та завдання програми спрямовані на формування знань, умінь та компетентностей випускників програми щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів із підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах. Підготовка фахівців здійснюється на базі наукових та методологічних основ із маркетингу для підприємств різних галузей і сфер діяльності. Основний фокус програми полягає в забезпеченні компетентностей із тактичного планування, управління, організації та впровадження маркетингової діяльності на підприємствах різних галузей і сфер економіки.
Особливості програми	В циклі професійної підготовки передбачено дисципліни, вивчення яких дозволить оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками управління соціально-економічними підсистемами. Здатність розв'язувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі маркетингової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Програма включає значну практичну підготовку, а саме 2 види практик: ознайомчу та навчальну.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівець підготовлений до роботи в галузі економіки за Національним класифікатором України: «Класифікатор видів економічної діяльності» ДК 009:2010: Секція С Переробна промисловість Секція G Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів Секція К Фінансова та страхова діяльність. Фахівець здатен виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010: 341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі 3411 Дилери 3411 Маклер біржовий 3413 Торговець (власність) 3415 Технічні та торговельні представники 3415 Агент 3415 Агент комерційний 3415 Агент торговельний 3415 Комівояжер 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор зі збуту 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів 3421 Торговельний брокер (маклер) 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери 3429 Агент рекламний 3429 Представник із реклами 3439 Інші фахівці в галузі управління 3439 Фахівець з інтерв'ювання. Перелік посад, які може обіймати випускник, не є вичерпним.
Подальше навчання	Здобуття освіти за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод «кейс-стаді», робота в малих групах, дистанційне навчання) Комбінований підхід до навчання: поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання з використанням тематичних, проблемних, оглядових, у тому числі за участі фахівців-практиків, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих задач, самостійна робота здобувачів освіти, підготовка курсових робіт, навчальна (ознайомча) і навчальна практики (в т.ч. навчальний тренінг), консультації викладачів.

Оцінювання	Поточний контроль, заліки, письмові екзамени, захист курсових робіт, звіти про проходження ознайомчої та навчальної практики, підсумкова атестація в формі кваліфікаційного іспиту.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність реалізувати свої права та 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. ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця в 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. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 8. Здатність працювати в команді.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання (Program learning outcomes)	

РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань із маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	PLO 1. To demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities. PLO 2. To know the state and foreign languages in a professional environment. PLO 3. To analyze market phenomena and processes based on the application of principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities. PLO 4. To apply the acquired theoretical knowledge to solve practical problems in the field of marketing. PLO 5. To collect and to analyze the necessary information, to calculate economic and marketing indicators, to justify management decisions based on the use of the necessary analytical tools. PLO 6. To study the behavior of market subjects in the marketing environment. PLO 7. To determine indicators of the effectiveness of marketing activities of market entities and their relationships. PLO 8. To use digital information and communication technologies, as well as software products necessary for the proper conducting of marketing activities and the practical application of marketing tools. PLO 9. To apply modern technologies of marketing activities of the market entity, to adapt to changes in the marketing environment. PLO 10. To assess the risks of marketing activities in conditions of certain uncertainty of the marketing environment. PLO 11. To implement management decisions in the field of marketing in the activities of market entities. PLO 12. To implement the marketing functions of the market entity. PLO 13. To show initiative and entrepreneurship to achieve a professional goal. PLO 14. To perform professional activities in teamwork. PLO 15. To know the history, scientific values and achievements of society in marketing activities.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Залучені до реалізації освітньої програми науково-педагогічні працівники відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для рівня фахової передвищої освіти, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 № 1187 (зі змінами).

	Частка педагогічних працівників вищої категорії, які викладають лекційні години дисциплін навчального плану спеціальності та працюють у коледжі за основним місцем роботи, не менше 25% від загальної кількості годин навчального плану. Проведення лекцій із навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, педагогічними працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом, не менше 10% від загальної кількості годин навчального плану. Всі педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. До освітнього процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької /управлінської /інноваційної /творчої роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Університет здійснює матеріально-технічне забезпечення: - аудиторний фонд; - бібліотека; - комп'ютерні класи; - Україно-Корейський комп'ютерний центр; - медичний кабінет; - Науково-практичний медико-реабілітаційний центр; - Центр інклюзивної освіти; - їдальня (кав'ярня); - гуртожитки; - спортивні майданчики, зали і стадіон; - наявність пандусів; - наявність пасажирських ліфтів та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення передбачає наявність: • бібліотечного фонду, електронних підручників, посібників, конспектів лекцій, опорних конспектів лекцій; • навчально-методичних комплексів дисциплін; • методичних матеріалів для підготовки і захисту курсових робіт; • пакетів ККР; • програм навчальної (ознайомчої) та навчальної практики; • методичних матеріалів для самостійної роботи здобувачів освіти; • навчально-методичних матеріалів, викладених на платформі Moodle; • відеолекцій та аудіолекцій; • пакетів прикладних програм та ін. З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.
9 – Академічна мобільність	

Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод між Університетом «Україна» та українськими закладами фахової передвищої освіти-партнерами.
Міжнародна кредитна мобільність	Згідно із програмами міжнародного співробітництва здобувачів освіти Університету «Україна» зі знанням іноземних мов мають змогу здобувати освіту за кордоном у Польщі (Вістула), Литві (Вільнюс, Шяуляй). Програми реалізуються на основі паралельного дипломування, тобто шляхом паралельного або послідовного навчання в Університеті «Україна» та в закордонному ЗВО-партнері.
Навчання іноземних здобувачів фахової передвищої освіти	Умови та особливості в контексті навчання іноземних громадян: - освітньо-професійний рівень фахової передвищої освіти за спеціальністю «Маркетинг»; - умови прийому на навчання за програмою регламентуються Правилами прийому до коледжів Університету «Україна»

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

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Обсяг		Форма підсумк. контролю	Семес-три
		кредити ECTS	академ. години		
1	2	3	4	5	6
I. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ					
1.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК.1.1	Основи навчання студентів (самоуправління навчанням)	4	120	з	1
ОК.1.2	Права людини та верховенство права в сучасних реаліях	4	120	з	1
ОК.1.3	Інформаційні технології	4	120	з,і	1,2
ОК.1.4	Фізична культура (Фізичне виховання. Основи здорового способу життя. Психологія стресу і стресостійкості особистості)	4	120	з,з	1,2
ОК.1.5	Україна в контексті світового розвитку	4	120	з	2
ОК.1.6	Основи наукових досліджень та академічного письма	4	120	з	2
ОК.1.7	Інклюзивне суспільство	4	120	з	2
ОК.1.8	Охорона праці, безпека життєдіяльності та цивільний захист	3	90	з	2
Всього ОК за I циклом		31	930	10	
1.2. Вибіркові компоненти освітньої програми					
Всього ВК за I циклом		4	120	1	
ВК.1.1	Дисципліни вільного вибору студентів із загальноуніверситетського переліку дисциплін	4	120	з	3
Всього за циклом загальної підготовки		35	1050		
II. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ					
2.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК 2.1	Вступ до спеціальності з історією маркетингу	3	90	з	1
ОК 2.2	Теорія маркетингу	3	90	і	1
ОК 2.3	Основи підприємництва	3	90	і	1
ОК 2.4	Менеджмент	3	90	і	1
ОК 2.5	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	120	з,і	1,2
ОК 2.6	Економічна теорія (мікро- та макроекономіка)	7	210	і,і	1,2
ОК 2.7	Економіка підприємства	3	90	і	3
ОК 2.8	Інформаційні системи і технології в галузі маркетингу	4	120	з	3

ОК 2.9	Товарознавство	5	150	i	3
ОК 2.10	Маркетингові дослідження	3	90	i	3
ОК 2.11	Маркетинг	8	240	з,i,КР	3,4
ОК 2.12	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4	120	з,i	3,4
ОК 2.13	Командотворення	4	120	з	4
ОК 2.14	Ризики в маркетинговій діяльності	3	90	i	4
ОК 2.15	Маркетингова діяльність	6	180	i	4
ПР 1	Навчальна (ознайомча) практика	6	180	дз	2
ПР 2	Навчальна практика	6	180	дз	4
	Кваліфікаційний іспит	2	60		4
Всього ОК за II циклом		77	2 310	22	
Вибіркові компоненти освітньої програми					
Всього ВК за II циклом		8	240	2	
ВК.2.1	Дисципліни вільного вибору студентів із переліку циклу професійної підготовки	4	120	з	3
ВК.2.2		4	120	з	4
Всього за циклом професійної підготовки		85	2550		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ					
Всього кредитів дисциплін вільного вибору		12	360		
РАЗОМ:		120	3600		

Вибіркові компоненти – 12 кредитів (10%), із них:

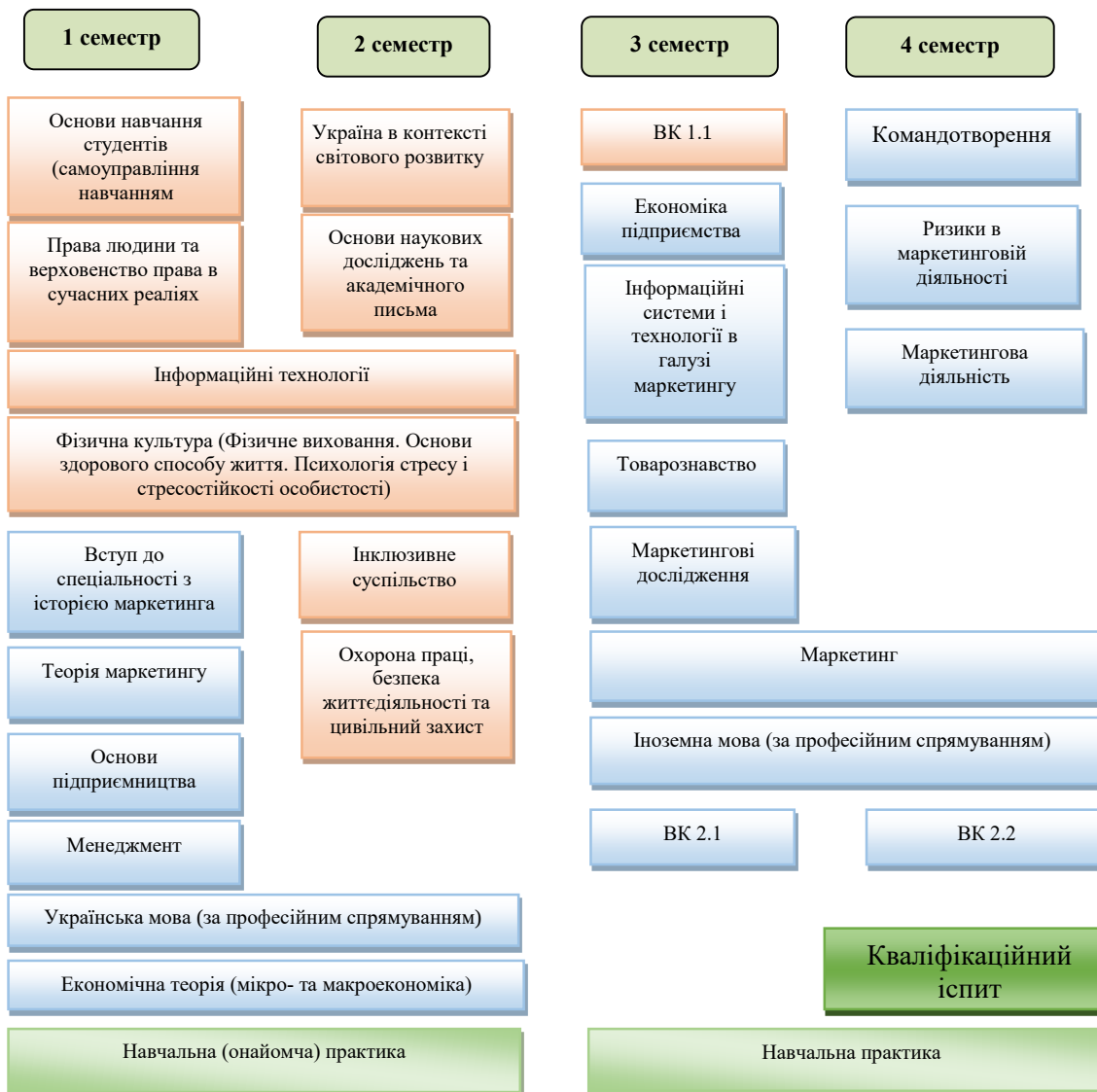
із циклу загальної підготовки – 4 кредити (3,3%),

із циклу професійної підготовки – 8 кредитів (6,7%).

Освітні компоненти вільного вибору обираються здобувачем освіти із загальноуніверситетського каталогу вибіркових дисциплін, розташованого за посиланням

https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Organizaciya_navch_proc/Vibir_disciplin/Katalog_vibirkovih_disciplin.xlsx.

2.2. Посеместрова структурна схема освітньо-професійної програми



2.3. Структурно-логічна схема вивчення компонент освітньої програми



2.4. Практична підготовка

Вид практики	К-сть кредитів ЄКТС	Семестр	Зміст практики	Очікувані результати навчання	Підсумок
Навчальна (ознайомча)	6 кредитів (4 тижні)	1,2	1. Особливості спеціальності «Маркетинг» 1.1. Кваліфікаційний портрет фахівця з маркетингу 1.2. Об'єкти професійної діяльності маркетолога 1.3. Функціональні обов'язки економіста-маркетолога 1.4. Командний стиль роботи 2. Господарсько-фінансова діяльність та організаційна структура підприємства 3. Маркетингова служба на підприємстві 4. Маркетингова діяльність підприємства 5. Організація рекламних заходів на підприємстві	РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	Щоденник Звіт 20-25 сторінок Захист
Навчальна	6 кредитів (4 тижні)	3,4	1. Нормативне забезпечення маркетингової діяльності 2. Специфіка роботи маркетолога на виробничих підприємствах 3. Особливості роботи маркетолога на торговельних підприємствах 4. Специфіка роботи маркетолога в туристичній сфері 5. Специфіка роботи маркетолога в банківській сфері 6. Особливості роботи маркетолога в освітній сфері	РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Щоденник Звіт 20-25 сторінок Захист

2.5. Курсові роботи

Назва дисципліни, з якої пишеться курсова робота	Семестр	Мета курсової роботи	Очікувані результати навчання	Завдання і підсумок
Маркетинг	4	Аналітичне дослідження, предметом якого може бути проблемна ситуація щодо маркетингу на підприємствах будь-якої форми власності, висування гіпотези щодо неї, розробка механізму вирішення проблеми або рекомендацій щодо її усунення	РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	25 сторінок Захист курсової роботи

**2.6. Фахові періодичні видання України
з підготовки здобувачів фахової передвищої освіти
спеціальність D5 Маркетинг**

Назва видання	Засновник Дані про видання	Анотація	URL-адреса архіву номерів у PDFформаті
Маркетинг і цифрові технології	Національний університет «Одеська політехніка»	Журнал є інтелектуальною платформою для розповсюдження знань про новітні наукові розробки щодо перспективних напрямів модернізації маркетингу, які поєднують маркетинг і цифрові технології. Цифровий маркетинг – це модель маркетингу 21-го сторіччя, маркетинг масової індивідуалізації, маркетинг із використанням цифрових каналів. Він є еволюцією Інтернет-маркетингу та дозволяє взаємодіяти з цільовими сегментами ринку не тільки в онлайн, а й в офлайн-середовищі.	https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/issue/archive
Маркетинг в Україні	ГО «Українська Асоціація Маркетингу»	Журнал призначений для публікації практичних та наукових праць представників бізнесу та науковців, які працюють у сфері маркетингу та менеджменту. Журнал публікує статті із практичної та наукової проблематики: маркетинг, менеджмент, реклама, PR, маркетингові дослідження, міжнародна економіка, галузева економіка, економіка знань, економіко-математичне моделювання бізнес-процесів.	https://uam.in.ua/comm on/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/

2.7. Універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень*

№ з/п	Назва програмного забезпечення	Покликання	Опис
1	IBM SPSS Statistics Grad Pack 30.0 PREMIUM – Windows or Mac (EDU) 12 місяців (FS0098767940), програмне забезпечення ліцензоване	https://www.fortsoft.com.ua/ua/catalog/program-my-dlya-predpriyatiy-biznesa/ibm-spss-statistics-gradpack.html	Аналітика ринку, конкурентів, споживачів.
2	Marketing ^{Creatio}	https://evolpe.com.ua/%d1%81%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b5%d0%bc%d0%b8/creatio/%d0%bc%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3-creatio/	Автоматизація маркетингу, частина комплексної платформи, яка також включає рішення для агентів із продажу та обслуговування клієнтів. Creatio дозволяє отримувати 360° огляд відносин клієнт-компанія, а сама автоматизація маркетингу залежить від таких факторів: індивідуальні переваги одержувача; етап подорожі клієнта; інтереси компанії.
3	NotebookLM	https://itc.ua/ua/novini/notebooklm-google-zapustyla-shi-bloknot-dlya-analizu-notatok-ta-dokumentiv-dlya-podalshogo-uzagalnennya-poky-shho-tilky-v-ssha/	Інструмент заснований на Google Docs, але незабаром компанія планує додати інші формати. За допомогою NotebookLM можна вибрати кілька документів, а потім ставити запитання про них або створювати нові матеріали на їх основі. Використання NotebookLM дозволяє автоматично узагальнювати довгий документ або перетворювати план відео на сценарій. Здобувачі освіти можуть створювати стислий виклад конспектів за тиждень або узагальнювати конкретну тему за весь семестр.

- Формулювання з розділу «Інструменти та обладнання»

Атестація фахового молодшого бакалавра з маркетингу проводиться в формі кваліфікаційного іспиту з маркетингу.

Атестація завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня фахового молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації «фаховий молодший бакалавр з маркетингу».

Вимоги до атестації згідно програми кваліфікаційного іспиту.

3.1. Вимоги до кваліфікаційного іспиту

Кваліфікаційний іспит зі спеціальності D5 Маркетинг включає дисципліну циклу професійної підготовки.

Кваліфікаційний іспит складається із двох частин: теоретичної – тестова перевірка знань; практичної – відповіді на теоретичні питання і розв’язання ситуаційної задачі, що дозволяє перевірити рівень сформованості відповідних умінь та навичок.

Ухвалення екзаменаційною комісією рішення про присудження кваліфікації «фаховий молодший бакалавр з маркетингу» та видачу диплома фахового молодшого бакалавра за результатами підсумкової атестації здобувачів освіти оголошується після оформлення в установленому порядку протоколів засідань екзаменаційної комісії.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти

Заклад фахової передвищої освіти несе первинну відповідальність за якість послуг щодо надання освіти.

В Університеті функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості передвищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості фахової передвищої освіти, що інтегровані до загальної системи управління університетом, узгоджені з його стратегією і передбачають залучення внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін;

2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм, які забезпечують відповідність їх змісту стандартам фахової передвищої освіти (професійним стандартам – за наявності), декларованим цілям, урахування позицій зацікавлених сторін, чітке визначення кваліфікацій, що присуджуються та/або присвоюються, які мають бути узгоджені з Національною рамкою кваліфікацій;

3) здійснення за участю здобувачів освіти моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм з метою гарантування досягнення встановлених для них цілей та їх відповідності потребам здобувачів фахової передвищої освіти і суспільства, включаючи опитування здобувачів фахової передвищої освіти;

4) забезпечення дотримання вимог правової визначеності, оприлюднення та послідовного дотримання нормативних документів закладу фахової передвищої освіти, що регулюють усі стадії підготовки здобувачів фахової передвищої освіти (прийом на навчання, організація освітнього процесу, визнання результатів навчання, переведення, відрахування, атестація тощо);

5) забезпечення релевантності, надійності, прозорості та об'єктивності оцінювання, що здійснюється в рамках освітнього процесу;

6) визначення та послідовне дотримання вимог щодо компетентності педагогічних працівників, застосовування чесних і прозорих правил прийняття на роботу та безперервного професійного розвитку персоналу;

7) щорічне оцінювання здобувачів передвищої освіти, педагогічних працівників закладу фахової освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті закладу фахової освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

8) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних працівників;

9) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи здобувачів освіти, за кожною освітньо-професійною програмою;

10) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

11) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені освіти та кваліфікації;

12) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладу і здобувачами фахової передвищої освіти, в тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату та інших порушень академічної доброчесності, притягнення порушників до академічної відповідальності;

13) періодичне проходження процедури зовнішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти;

14) залучення здобувачів фахової передвищої освіти та роботодавців як повноправних партнерів до процедур і заходів забезпечення якості освіти;

15) забезпечення дотримання студентоорієнтованого навчання в освітньому процесі;

16) здійснення інших процедур і заходів, що описані [Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості освіти та освітньої діяльності у Відкритому міжнародному університеті розвитку людини «Україна»](https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Upravlinnya_yakistyu/Pol_syst_yakosti_osviti_UU.pdf) (https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Upravlinnya_yakistyu/Pol_syst_yakosti_osviti_UU.pdf).

Система внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти за поданням закладу фахової передвищої освіти оцінюється Державною службою якості освіти або акредитованими нею незалежними установами оцінювання та забезпечення якості фахової передвищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості фахової передвищої освіти, що затверджуються Державною службою якості освіти, та Стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості фахової передвищої освіти.

5. Вимоги професійних стандартів

Загальноприйняті професійні стандарти відсутні.

6. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня (освітньо-професійна) програма

А. Офіційні документи:

1. Закон України «Про фахову передвищу освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2745-19>.
2. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 09.04.2015 № 266 (зі змінами) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів фахової передвищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 13.07.2020 № 918, схвалені сектором фахової передвищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України (протокол від 24.06.2020 № 2). URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/Fakhova%20peredvyshcha%20osvita/2020/12/28/Nakaz%20918%20vid%2013.07.2020.pdf>.
7. Наказ Міністерства освіти і науки України від 24.12.2020 № 1552 «Про унесення змін до таблиці 1 Пояснювальної записки Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів фахової передвищої освіти». URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/Fakhova%20peredvyshcha%20osvita/2020/12/28/Nakaz%201552%20vid%2024.12.2020.pdf>.
8. Методичні рекомендації МОН України з розроблення освітньо-професійної програми та навчального плану підготовки здобувачів фахової передвищої освіти URL: https://sqe.gov.ua/wp-content/uploads/2022/06/Metodichni_rekomendacii_rozroblennya_OOP_FPO_2022.pdf.
9. Положення про освітні програми у Відкритому міжнародному університеті розвитку людини «Україна», затверджене наказом президента Університету «Україна» від 28.12.2023 № 156. URL: https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Navch_metod_d-t/Polozh_pro_osvitni_programi.pdf
10. Стандарт фахової передвищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для рівня фахової передвищої освіти «фаховий молодший бакалавр», затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 22.06.2021 № 703 зі змінами відповідно наказу Міністерства освіти і науки від 07.07.2021 № 781 «Про внесення змін до

деяких наказів Міністерства освіти і науки України». URL: <https://uu.edu.ua/standarti-VO>.

11. Роз'яснення щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми: методичний посібник [Електронне видання] / А. Бутенко, Г. Денискіна, О. Єременко, О. Книш, І. Сімшаг, О. Требенко. Київ : Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, 2024. 127 с. URL: <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%8F-%D1%89%D0%BE%D0%B4%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D1%97%D0%B2-%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BD%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96-%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D1%97-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8.pdf>.

Б. Корисні посилання:

1. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf.

2. International Standard Classification of Education ISCED, 2011. URL: <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>.

3. International Standard Classification of Education: Fields of education and training, 2013 (ISCED-F 2013). Detailed field descriptions. URL: <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf>.

4. Manual to Accompany the International Standard Classification of Education, 2011. URL: <https://uis.unesco.org/en/topic/international-standard-classification-education-isced>.

5. EQF, 2017 (Європейська рамка кваліфікацій). URL: <https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>.

6. QF EHEA, 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО). URL: https://www.ehea.info/Upload/document/ministerial_declarations/EHEAParis2018_Communique_AppendixIII_952778.pdf.

7. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) та загальними компетентностями та прикладами стандартів. URL:

8. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. К. : ТОВ

«
В
и
д

materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseasu.html?download=83:hlosarii-terminiv-vyshchoi-osvity-2014-r-onovlene-vydannia-z-urakhuvanniam-polozhen-

9. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти.
URL: <https://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseasu.html?download=82:bolonskyi-protseas-nova-paradyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych&start=80>.

z

a

k

o

n

Д

Б

і

д

к

Г

а

Е

n

М

а

й

н

О

-

П

о

р

я

д

о

у

-

о

с

в

і

т

у

&

s

t

a

r

t

=

8

0

"

7. Пояснювальна записка до освітньо-професійної програми

Освітня програма «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань Бізнес, адміністрування та право визначає вимоги до освітньо-професійного ступеня рівня фахової передвищої освіти осіб, базується на компетентнісному підході і поділяє філософію визначення вимог до фахівця, закладену в основу Болонського процесу та в міжнародному проєкті Європейської комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING).

Матриці не відображають вибіркового компонента освітньої програми – майнорів, оскільки здобувач освіти вибирає їх із загальноуніверситетського каталогу дисциплін, розташованого за посиланням https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Organizaciya_navch_proc/Vibir_disciplin/Katalog_vibirkovih_disciplin.xlsx.

Порядок нумерації в переліку загальних та фахових компетентностей не пов'язаний зі значимістю тієї чи іншої компетентності.

у

s

h

c

h

u

-

o

s

v

i

t

u

&

s

t

a

r

t

=

8

0

"

h

t

**8. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми**

	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
OK 1.1								+										
OK 1.2	+																	
OK 1.3					+													
OK 1.4		+																
OK 1.5	+	+																
OK 1.6				+														
OK 1.7	+																	
OK 1.8	+																	
OK 2.1										+								
OK 2.2									+			+						
OK 2.3			+	+				+			+		+					
OK 2.4																	+	
OK 2.5						+												
OK 2.6										+								
OK 2.7										+								
OK 2.8					+												+	
OK 2.9			+	+					+			+		+	+			
OK 2.10				+						+				+		+		
OK 2.11									+			+	+		+	+		+
OK 2.12							+											
OK 2.13								+										
OK 2.14										+			+					
OK 2.15			+								+		5		+	+		+
ПР 1			+					+						+				
ПР 2			+					+			+			+				
КІ			+	+	+				+	+		+			+	+	+	+

**9. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р)
відповідними компонентами освітньої програми**

	Р Н 1	Р Н 2	Р Н 3	Р Н 4	Р Н 5	Р Н 6	Р Н 7	Р Н 8	Р Н 9	Р Н 10	Р Н 11	Р Н 12	Р Н 13	Р Н 14	Р Н 15
ОК 1.1														+	
ОК 1.2															+
ОК 1.3								+	+						
ОК 1.4															+
ОК 1.5															+
ОК 1.6					+										+
ОК 1.7															+
ОК 1.8															+
ОК 2.1	+		+												+
ОК 2.2	+		+	+											
ОК 2.3			+							+			+	+	
ОК 2.4						+					+		+		
ОК 2.5		+													
ОК 2.6			+		+	+			+						
ОК 2.7					+		+		+	+					
ОК 2.8								+							
ОК 2.9				+		+									
ОК 2.10					+	+									
ОК 2.11			+		+	+			+	+	+	+			+
ОК 2.12		+													
ОК 2.13														+	
ОК 2.14										+	+				
ОК 2.15			+	+			+		+			+			
ПР 1				+											+
ПР 2				+								+			
КІ	+		+	+	+	+	+		+		+	+			+