

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДУІТ

Протокол № 1 від 31.08.2021 р.

Голова

Вченої Ради  А. В. Горбань

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ № 021-04-470/з

Від «01» вересня 2021 р.

Ректор



 Н. С. Брайковська

Київ 2021 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

**освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

«ОНОВЛЕНО»

робочою групою
Керівник робочої групи



Олена ПИЛИПЕНКО
«27» серпня 2021 р.

«ПОГОДЖЕНО»

Проректор з науково-
педагогічної роботи



Юрій ДУДНИК
«27» серпня 2021 р.

Начальник навчально-
методичного відділу



Лідія ДАНИЛКО
«27» серпня 2021 р.

ЗМІСТ

Передмова.....,,,,,	4
1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»	6
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність.....	11
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг».....	11
2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми.....	13
3. Форма атестації здобувачів вищої освіти.....	15
4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	16
5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої-професійної програми.....	17

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування Державного університету інфраструктури та технологій у складі:

1. **Пилипенко О. В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування;

2. **Яновська В. П.**, д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування Державного університету інфраструктури та технологій;

3. **Накалюжна А. О.**, старший викладач кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування Державного університету інфраструктури та технологій;

4. **Семененко О. О.**, Head of Brand and Social Medis Engagement. Керівник відділення управління брендами маркетингу соціальних мереж BNP Paribas. (29.04.2022 р.);

5. **Ківало Д. С.**, випускниця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг»;

6. **Болюк М. В.**, здобувачка вищої освіти, 1 курс (скорочена форма навчання) першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

ЗАПОЧАТКОВАНО в 2016 р. як тимчасовий документ до введення стандартів вищої освіти за спеціальністю. Протокол засідання кафедри «Економіка та підприємництво» № 13 від 29.06.2016 р. Затверджено Вченою радою ДЕТУТ. Протокол № 12 від 23.08.2016 р.

ОНОВЛЕНО в 2017 р. в зв'язку з ліцензуванням спеціальності «Маркетинг» (на підставі Розпорядження Кабінету Міністрів України № 151-р від 29.02. 2016 р.). Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 15 від 31.05.2017 р. Затверджено Вченою радою ДУІТ. Протокол № 1 від 08.06.2017 р.

ОНОВЛЕНО в 2018 р. у зв'язку з проведенням акредитації. Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 19 від 16.05. 2018 р. Затверджено Вченою радою ДУІТ. Протокол № 8 від 26.06. 2018 р.

ОНОВЛЕНО в 2019 р. згідно з прийняттям Стандарту вищої освіти України (наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.). Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 6 від 28.11.2018 р. Затверджено Вченою радою ДУІТ. Протокол № 4 від 06.12.2018 р.

ОНОВЛЕНО у 2020 році згідно з рекомендаціями робочої групи і зовнішніх стейкхолдерів щодо забезпечення відповідності сучасним вимогам. Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 9 від 06.05.2020 р. Затверджено Вченою Радою ДУІТ. Протокол № 10 від 04 червня 2020 року.

ОНОВЛЕНО у 2020 році згідно з прийняттям Постанови Кабінету Міністрів України від 25.06.2020 р. № 519 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів від 23 листопада 2011 р. № 1341 "Про затвердження Національної рамки кваліфікацій"». Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 2 від 16.09.2020 р. Затверджено Вченою Радою ДУІТ. Протокол № 2 від 15 жовтня 2020 року. Наказ № 02.1-04-435/з від 19.10.2020 р.

ОНОВЛЕНО у 2021 р. у зв'язку з внесенням змін до стандарту згідно Наказу МОН України від 28.05.2021 р. № 593 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти». Протокол засідання кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» № 1 від 27.08.2021 р. Затверджено Вченою Радою ДУІТ. Протокол № 1 від 31.08.2021 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет інфраструктури та технологій Інститут управління, технологій та права Факультет управління і технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) Кваліфікація – бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Освітньо-професійна програма акредитована (сертифікат про акредитацію МОНУ: серія УД, № 11005301 від 20.06.2018 р., термін дії сертифіката до 01.07.2023 р.) Наказ МОН від 20.06.2018 р. № 662.
Цикл/рівень	QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти або ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст». Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. На базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти».
Мова викладання	Державна
Термін запланованого перегляду/оновлення/ Термін дії освітньої програми	Запланований перегляд – 2022 р. До 01.07.2023 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://duit.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, фундаментальними знаннями і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра передбачає: Загальний обсяг обов'язкових компонентів – 180 кред. ЄКТС (75 %); Загальний обсяг вибіркових компонентів – 60 кред. ЄКТС (25 %).

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію. Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу. Уміння збору і обробки первинної та вторинної інформації, аналізу і планування; технологіями і методами проведення маркетингових досліджень; навичками сегментації і позиціонування. Здатність формувати та управляти товарним асортиментом підприємства, впроваджувати оптимальну цінову політику. Засвоєння навичок проектування і проведення рекламних кампаній, організації, планування й оцінки результатів у рекламі, стимулюванні. Проведення аналізу ринкової ситуації, оцінки споживчої поведінки для вибору оптимальних систем та каналів збуту. Застосування маркетингових інструментів на промисловому, міжнародному ринку, ринку послуг. Уміти оцінити результати маркетингової діяльності підприємства за допомогою інструментів маркетингового контролю та аналітики.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження; маркетинг послуг; маркетинг промислового підприємства, маркетингові комунікації; маркетингова товарна політика, міжнародний маркетинг, поведінка споживача, стратегічний маркетинг.
Особливості програми	Програма базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням сьогоденного стану економіки, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра (теоретична та прикладна). Програма реалізує підвищення рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організації та підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання цифрових технологій в маркетингу. Формує маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати інноваційні стратегічні рішення щодо вимог ринку, які швидко змінюються в сучасній економіці. Виконується в активному дослідницькому середовищі. Програма направлена на організацію самостійної роботи студента за допомогою дистанційних засобів навчання.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів реклами та зв'язків з громадськістю; 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання; 131 Керівники малих підприємств без апарату управління; 145 Менеджери (управителі) в торгівлі, готелях та закладах ресторанного господарства; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 149 Менеджери (управителі) в інших видах економічної діяльності;

	2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективної господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами другого циклу ФО-ЕНЕА, EQF-LLL – 7 рівень, НРК України – 7 рівня.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основний підхід: проблемно-орієнтоване студентоцентроване навчання з елементами самонавчання. Освітньо-професійна програма передбачає такі освітні технології: пасивні (роз'яснювально-ілюстративні, самостійна робота), активні (проблемні, інтерактивні, проектні, кейси, тренінги, розвиваючі з використанням Інтернет-технологій) тощо. Методи викладання: лекції, практичні заняття, консультації, наукові семінари, практика, елементи дистанційного навчання. За орієнтацією педагогічної взаємодії застосовуються методи позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці. Використовуються методи навчання, направлені на формування професійних компетентностей та розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачається завдання інноваційного характеру, а також участь у студентській науково-дослідній роботі.
Оцінювання	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання, захист індивідуальних робіт, атестаційний екзамен.
Система оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студента здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «не зараховано») системами, шкалою навчального закладу (від 0 до 100 балів), національною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).
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

	<p>професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо</p>
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 крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність оцінити параметри зовнішнього середовища в умовах недостатнього інформаційного забезпечення</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p>

	ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингово-го середовища при прийнятті управлінських рішень.
	ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
	ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення
	ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
	ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
	ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
	ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
	ПРН19. Використовувати методи оцінки параметрів маркетингового макросередовища

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Підготовку здобувачів першого (бакалаврського) РВО спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» забезпечують кваліфіковані науково-педагогічні працівники. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації (стажування), в т.ч. закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення для підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» складається з лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою та комп'ютерних класів з прикладним спеціалізованим програмним забезпеченням.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційно-методичне забезпечення кожної з дисциплін циклу підготовки здобувачів першого (бакалаврського) РВО спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» складається з навчально-методичних комплексів з усіх освітніх компонент.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з провідними навчальними закладами України задля організації взаємного обміну студентами у відповідності до угоди про співробітництво.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну студентами за проектами з міжнародної кредитної мобільності.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	У межах ліцензійного обсягу спеціальності за умови попередньої мовленнєвої підготовки. Мова викладання – українська.

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

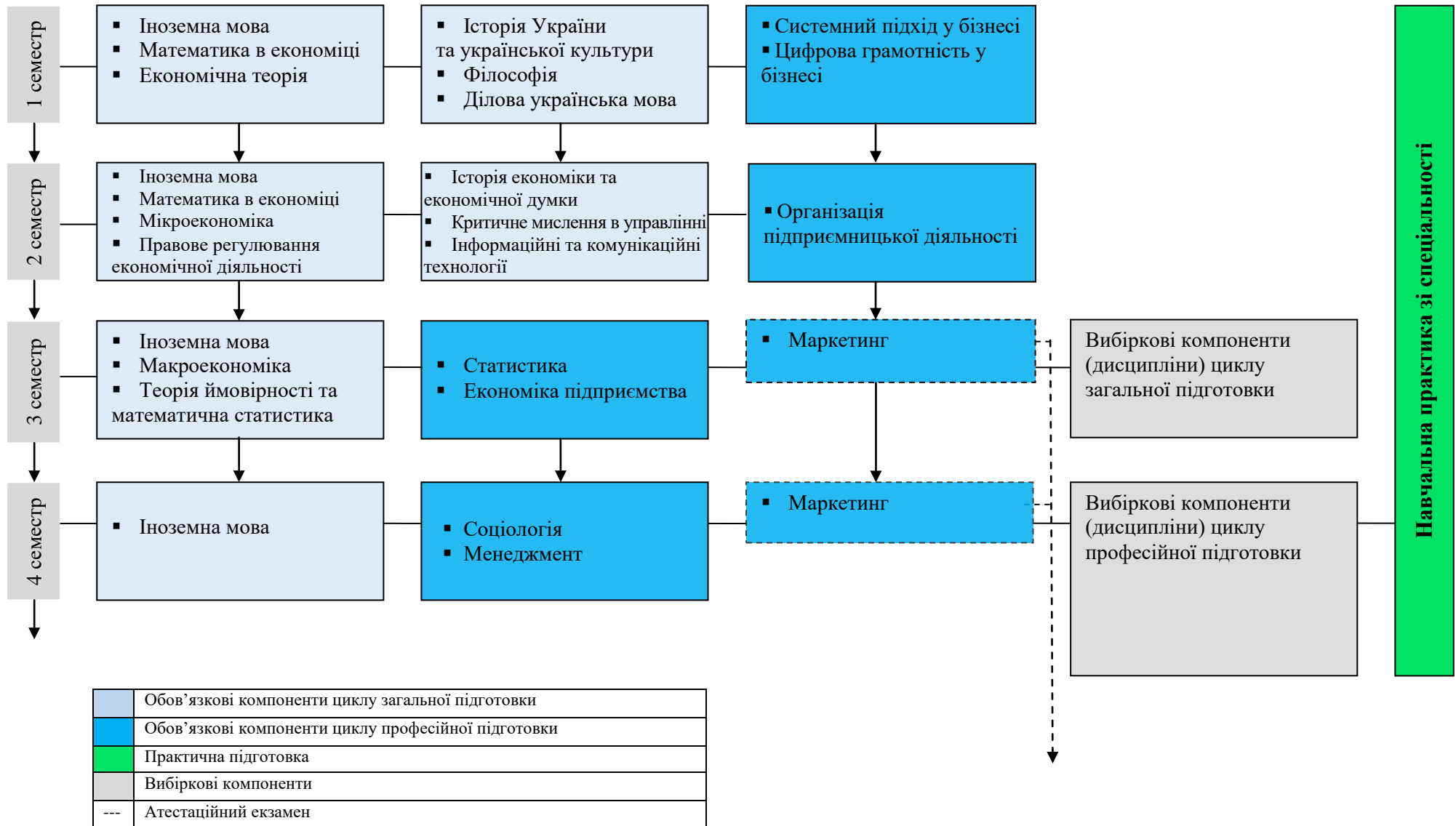
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

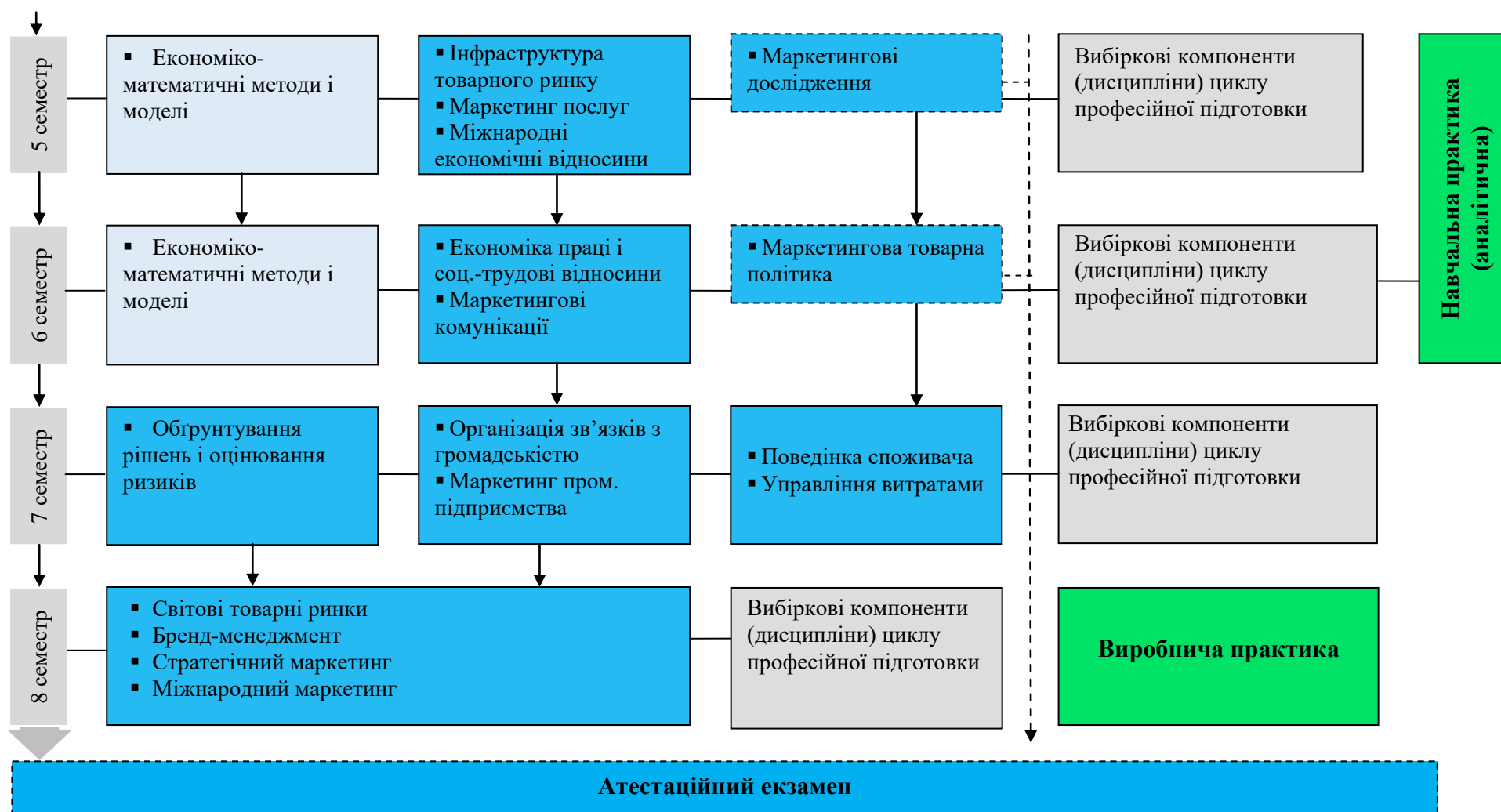
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти			
Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки			
ОК 1	Історія України та української культури	4	Екзамен
ОК 2	Філософія	3	Екзамен
ОК 3	Ділова українська мова	3	Екзамен
ОК 4	Іноземна мова	12	Заліки, екзамен
ОК 5	Математика в економіці	8	Залік, екзамен
ОК 6	Економічна теорія	5	Екзамен
ОК 7	Інформаційні та комунікаційні технології	4	Екзамен
ОК 8	Критичне мислення в управлінні	4	Залік
ОК 9	Історія економіки та економічної думки	4	Екзамен
ОК 10	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК 11	Правове регулювання економічної діяльності	3	Залік
ОК 12	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 13	Теорія ймовірності та математична статистика	4	Екзамен
ОК 14	Економіко-математичні методи і моделі	8	Екзамени
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу загальної підготовки		70	
Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки			
ОК 15	Системний підхід у бізнесі	4	Залік
ОК 16	Цифрова грамотність у бізнесі	4	Залік
ОК 17	Організація підприємницької діяльності	4	Залік
ОК 18	Маркетинг	8	Залік, екзамен
	Курсова робота	1	залік
ОК 19	Статистика	4	Екзамен
ОК 20	Економіка підприємства	4	Екзамен
ОК 21	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 22	Соціологія	4	Екзамен
ОК 23	Міжнародні економічні відносини	3	Екзамен
ОК 24	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Залік
ОК 25	Інфраструктура товарного ринку	4	Екзамен
ОК 26	Маркетинг послуг	3	Екзамен
ОК 27	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 28	Маркетингова товарна політика	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Залік
ОК 29	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	Екзамен
ОК 30	Поведінка споживача	4	Екзамен

1	2	3	4
ОК 31	Маркетинг промислового підприємства	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Залік
ОК 32	Обґрунтування рішень і оцінювання ризиків	4	Екзамен
ОК 33	Організація зв'язків з громадськістю	3	Екзамен
ОК 34	Управління витратами	3	Екзамен
ОК 35	Світові товарні ринки	4	Екзамен
ОК 36	Бренд-менеджмент	4	Екзамен
ОК 37	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
ОК 38	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
<i>Практична підготовка</i>			
ОК 39	Навчальна практика (зі спеціальності)	3	Залік – 4
ОК 40	Навчальна практика (аналітична)	2	Залік – 6
ОК 41	Виробнича практика	6	Залік – 8
<i>Атестація</i>			
ОК 42	Атестаційний екзамен	2	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу професійної підготовки		110	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Загальний обсяг вибіркового компонент		60	
З них:			
-загальної підготовки		6	
-професійної підготовки		54	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Короткий опис логічної послідовності вивчення компонент освітньої програми представлено у вигляді графа.





3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускника освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестація здійснюється екзаменаційною (атестаційною) комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, науково-педагогічні працівники ЗВО. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

