

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 № 2 від 15.10.2020 р.

Голова

Вченої Ради  А. В. Горбань

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ № 02.1-04-435/з

Від 19.10.2020 р.

Т. в. о. ректора

 П. О. Скок



Київ 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**«ОНОВЛЕНО»**

робочою групою

Керівник робочої групи, гарант



А. Р. Божок

«15» 09 2020 р.**«ПОГОДЖЕНО»**Проректор з науково-
педагогічної роботи

Ю. П. Дудник

«18» вересня 2020 р.**«ПОГОДЖЕНО»**В.о. начальника навчально-
методичного відділу

Л. Т. Данилко

«18» вересня 2020 р.

ЗМІСТ

Передмова	4
1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»	6
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність.....	11
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми.....	11
2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми.....	14
3. Форма атестації здобувачів вищої освіти.....	15
4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	16
4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми.....	16
4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вибірковим компонентам освітньої програми.....	17
5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої-професійної програми.....	18
5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковим компонентами освітньої програми.....	18
5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання вибірковим компонентам освітньої програми.....	19

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» у складі:

1. **Божок Анастасія Романівна**, к.е.н., доцент кафедри – гарант освітньо-професійної програми;

2. **Крищенко Світлана Олександрівна**, старший викладач кафедри;

3. **Семененко Ольга Олександрівна**, Head of Brand and Social Media Engagement. Руководитель подразделения управления брендами маркетинга социальных сетей BNP Paribas. (29.04.2020 р.).

4. **Кендюхов Олександр Володимирович**, професор кафедри «Маркетинг», Запорізький національний університет (25.04.2020 р.).

5. **Ківало Дарина Сергіївна**, здобувач 3 курсу 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 економіки, маркетингу 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 Постановою Кабінету Міністрів України від 25.06.2020р. № 519 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів від 23 листопада 2011р. № 1341 “Про затвердження Національної рамки кваліфікацій”».

Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 1 від 28.08.2020 р.

Затверджено Вченою Радою ДУІТ. Протокол № 2 від 15 жовтня 2020 року.

Наказ № 02.1-04-435/з від 19.10.2020 р.

Освітню програму введено в дію з 01 вересня 2020 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 бакалаврський одиничний – на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів 3 роки 10 місяців; – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): – спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей – не більше ніж 60 кредитів ЄКТС. Мінімум 50 % обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».
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.) «Про визнання освітніх програм першого (бакалаврського), другого (магістерського) рівнів вищої освіти та освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» такими, що акредитовані на підставі чинних сертифікатів про акредитацію спеціальностей» 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; ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») (для скороченого циклу навчання)
Мова викладання	Державна
Термін запланованого перегляду/оновлення/ Термін дії освітньої програми	2021 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 вибірових 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 сьогодишнього 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 FO-EHEA – другого циклу, EQF-LLL – 7 рівень, НПК 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, проєктні, 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

	<p>загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<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	
	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	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 маркетингового 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. До реалізації освітньої програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.
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». Програма повністю забезпечена навчально-методичними матеріалами з усіх освітніх компонентів (дисциплін).
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

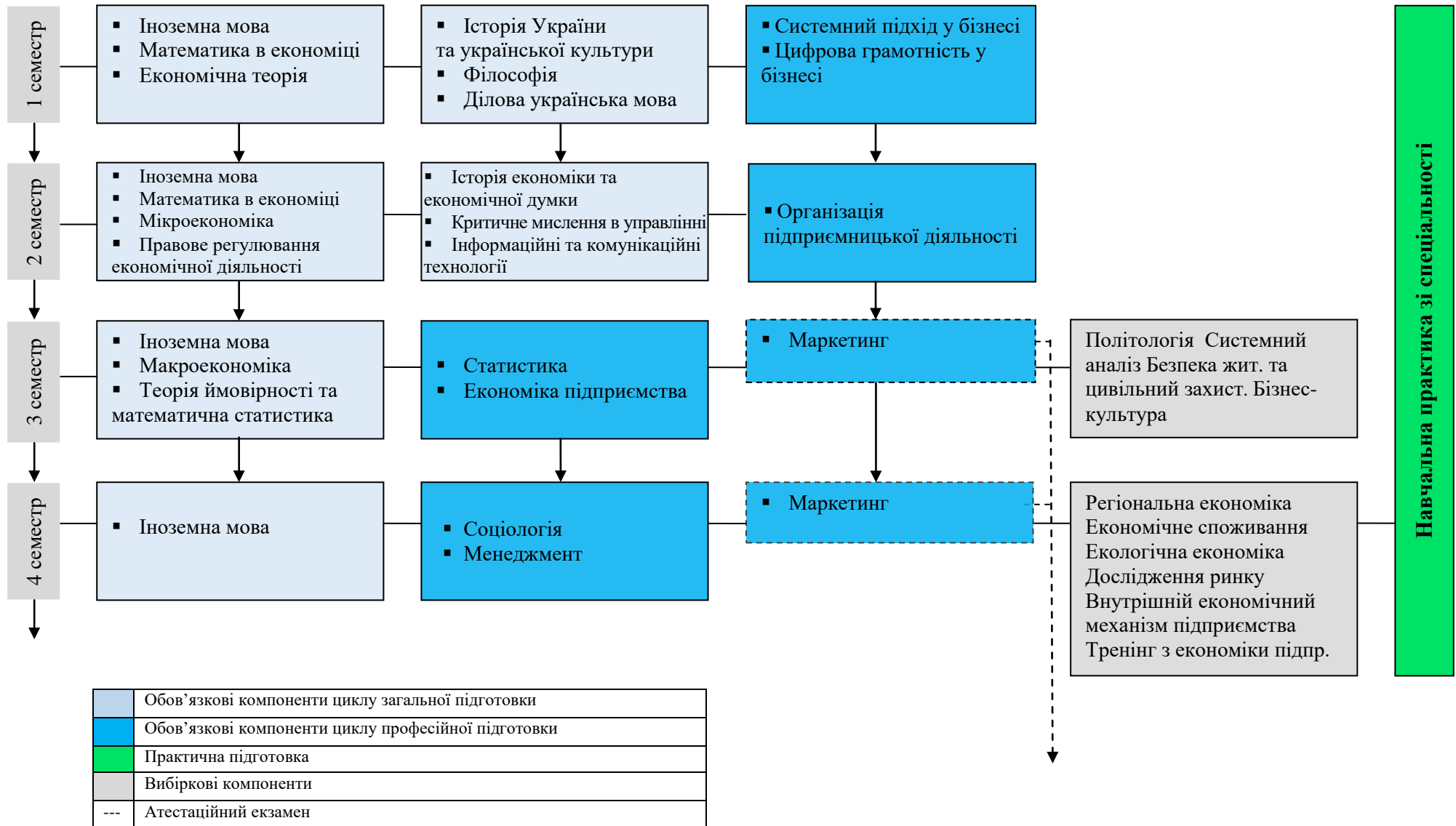
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти			
Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки			
ОК 1	Історія України та української культури	4	Екзамен
ОК 2	Філософія	3	Екзамен
ОК 3	Ділова українська мова	3	Екзамен
ОК 4	Іноземна мова	12	Екзамен – 4; Залік – 1,2,3
ОК 5	Математика в економіці	8	Екзамен – 2, залік – 1

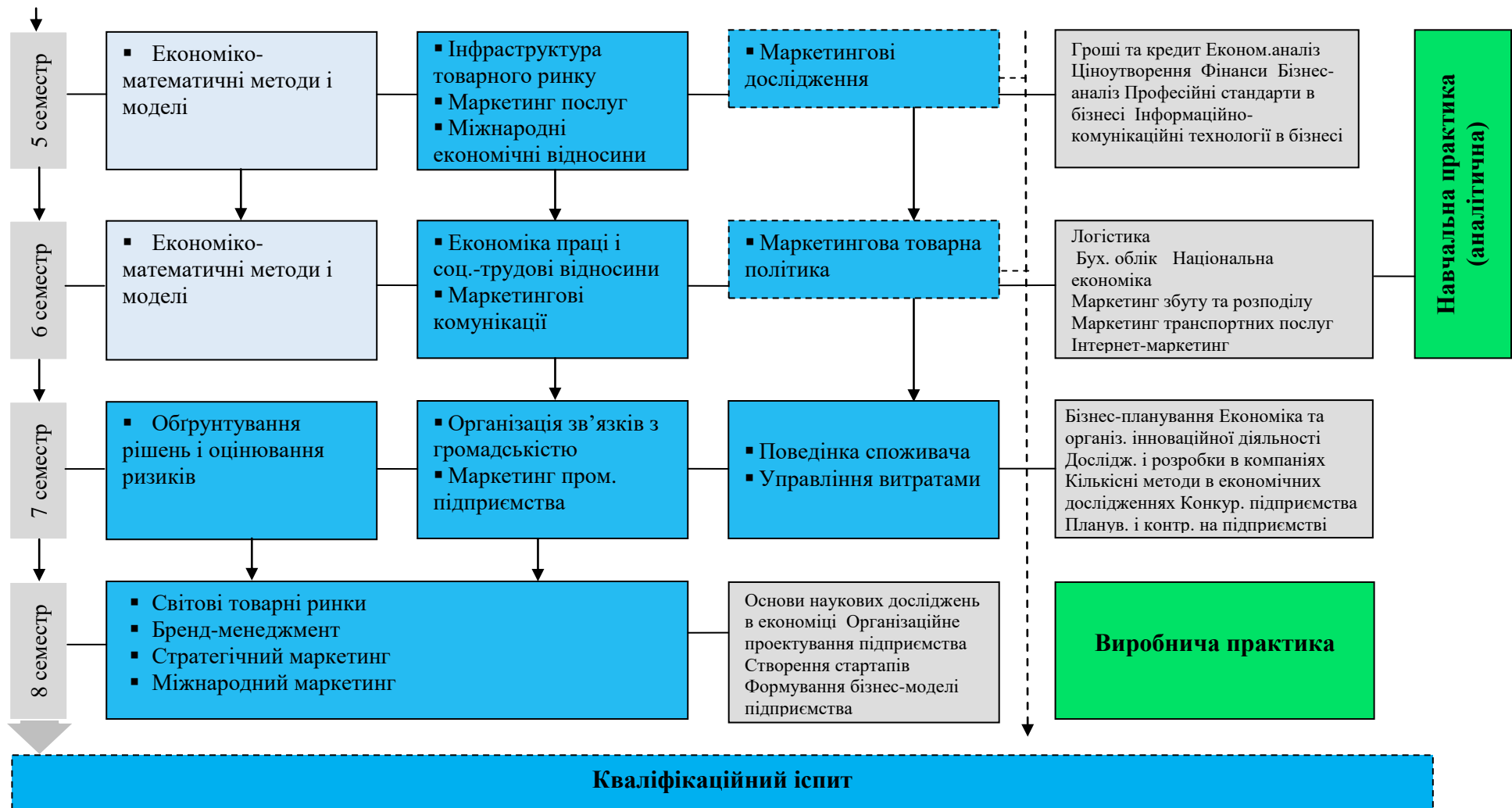
1	2	3	4
ОК 6	Економічна теорія	5	Екзамен
ОК 7	Інформаційні та комунікаційні технології	4	Екзамен
ОК 8	Критичне мислення в управлінні	4	Залік
ОК 9	Історія економіки та економічної думки	4	Екзамен
ОК 10	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК 11	Правове регулювання економічної діяльності	3	Залік
ОК 12	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 13	Теорія ймовірності та математична статистика	4	Екзамен
ОК 14	Економіко-математичні методи і моделі	8	Екзамен – 5,6
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	Екзамен – 4, залік – 3
	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-трудові відносини	4	Екзамен
ОК 30	Поведінка споживача	4	Екзамен
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
Практична підготовка			
ОК 39	Навчальна практика (зі спеціальності)	3	Залік – 4
ОК 40	Навчальна практика (аналітична)	2	Залік – 6
ОК 41	Виробнича практика	6	Залік – 8
Атестація			
ОК 42	Атестаційний екзамен	2	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу професійної підготовки		110	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	

1	2	3	4
2. Вибіркові компоненти			
Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки			
ВК 1	Політологія	3	Залік
ВК 2	Системний аналіз	3	Залік
ВК 3	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	3	Залік
ВК 4	Бізнес-культура	3	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент циклу загальної підготовки		6	
Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки			
ВК 5	Регіональна економіка	4	Залік
ВК 6	Економічне споживання	4	Залік
ВК 7	Екологічна економіка	4	Залік
ВК 8	Дослідження ринку	4	Залік
ВК 9	Внутрішній економічний механізм підприємства	4	Залік
ВК 10	Тренінг з економіки підприємства	4	Залік
ВК 11	Гроші та кредит	4	Залік
ВК 12	Економічний аналіз	4	Залік
ВК 13	Ціноутворення	4	Залік
ВК 14	Фінанси	4	Залік
ВК 15	Бізнес-аналіз	4	Залік
ВК 16	Інформаційно-комунікаційні технології в бізнесі	4	Залік
ВК 17	Професійні стандарти в бізнесі	4	Залік
ВК 18	Логістика	4	Залік
ВК 19	Бухгалтерський облік	4	Залік
ВК 20	Національна економіка	4	Залік
ВК 21	Маркетинг збуту та розподілу	4	Залік
ВК 22	Маркетинг транспортних послуг	4	Залік
ВК 23	Економіка транспорту	4	Залік
ВК 24	Інтернет-маркетинг	4	Залік
ВК 25	Бізнес-планування	4	Залік
ВК 26	Економіка та організація інноваційної діяльності	4	Залік
ВК 27	Дослідження і розробки в компаніях	4	Залік
ВК 28	Кількісні методи в економічних дослідженнях	4	Залік
ВК 29	Основи моделювання ринкових ситуацій	4	Залік
ВК 30	Планування і контроль на підприємстві	4	Залік
ВК 31	Конкурентоспроможність підприємства	4	Залік
ВК 32	Основи наукових досліджень в економіці	3	Залік
ВК 33	Організаційне проектування підприємства	3	Залік
ВК 34	Створення стартапів	3	Залік
ВК 35	Формування бізнес-моделі підприємства	3	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент циклу професійної підготовки		54	
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		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 випускників освітньої програми спеціальності 075«Маркетинг» проводиться у формі складання комплексного атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації «бакалавр з маркетингу».

4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вибіркоким компонентам освітньої програми

	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4	БК5	БК6	БК7	БК8	БК9	БК10	БК11	БК12	БК13	БК14	БК15	БК16	БК17	БК18	БК19	БК20	БК21	БК22	БК23	БК24	БК25	БК26	БК27	БК28	БК29	БК30	БК31	БК32	БК33	БК34	БК35		
ЗК1																																					
ЗК2	+																																				
ЗК3		+																																			
ЗК4																																					
ЗК5				+																																	
ЗК6		+																																			
ЗК7				+																																	
ЗК8			+																																		
ЗК9		+																																			
ЗК10				+																																	
ЗК11	+		+																																		
ЗК12																																					
ЗК13																																					
ЗК14	+		+																																		
СК1													+				+					+												+	+		
СК2						+		+			+		+					+	+		+	+			+												
СК3					+	+	+	+		+	+		+	+	+		+	+		+							+	+			+	+	+				
СК4							+	+					+											+		+					+			+			
СК5																+								+		+		+	+					+			+
СК6						+							+										+		+			+				+	+	+			+
СК7							+		+	+	+	+		+	+					+				+		+					+		+	+			+
СК8																+							+								+	+				+	+
СК9								+								+		+		+	+						+							+	+		
СК10												+	+			+									+			+							+		
СК11					+				+												+																
СК12								+																													
СК13							+			+		+									+				+	+					+						
СК14									+						+																						
СК15					+								+					+		+									+	+						+	+

