

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ:** перший (бакалаврський)  
**СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ:** бакалавр  
**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ:** D Бізнес, адміністрування та право  
D Management, Administration and Law  
**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ:** D5 Маркетинг / D5 Marketing  
**ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ:** бакалавр маркетингу  
Bachelor of Marketing

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

Вченою радою ДУІТ

Протокол № \_\_\_\_\_

від \_\_\_\_\_ 2025 р.

Заступник Голови вченої ради

**Олександр КУЛІНЧЕНКО**

**ВВЕДЕНО В ДІЮ:**

Наказ № \_\_\_\_\_

від \_\_\_\_\_ 2025 р.

Голова комісії з реорганізації ДУІТ

**Олександр ГРИЦУК**

Київ 2025 р.

**АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ**

освітньо-професійної програми  
«Маркетинг» / Marketing  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю D5 Маркетинг / D5 Marketing  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право /  
D Management, Administration and Law

**ПОГОДЖЕНО:**

Голова комісії з реорганізації ДУІТ,  
Канд. техн. наук, проф.

**Олександр ГРИЩУК**

\_\_\_ .04.2025 р.

Начальник НМВ

**Лідія ДАНИЛКО**

\_\_\_ .04.2025 р.

Гарант  
кандидат економічних наук, доцент

**Олена ПИЛИПЕНКО**

\_\_\_ .04. 2025 р.

## ЗМІСТ

Передмова.....	4
1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» .....	7
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність.....	13
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми.....	13
2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми.....	16
3. Форма атестації здобувачів вищої освіти.....	20
4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	21
5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої-професійної програми.....	23

## ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО у 2016 році на основі Національної рамки кваліфікацій як тимчасовий документ до введення стандартів вищої освіти за спеціальністю. Протокол засідання кафедри економіки та підприємництва № 13 від 29.06. 2016 р. Затверджено Вченою радою ДЕТУТ. Протокол № 12 від 23.08.2016 р.

ОНОВЛЕНО у 2017 році у зв'язку з ліцензуванням спеціальності 075 Маркетинг (на підставі Розпорядження Кабінету Міністрів України № 151-р від 29.02. 2016 р.). Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 15 від 31.05.2017 р. Затверджено Вченою радою ДУІТ. Протокол № 1 від 08.06.2017 р.

ОНОВЛЕНО у 2018 році у зв'язку з проведенням акредитації. Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 19 від 16.05. 2018 р. Затверджено Вченою радою ДУІТ. Протокол № 8 від 26.06. 2018 р.

ОНОВЛЕНО у 2018 році згідно з прийняттям Стандарту вищої освіти України (наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.). Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 7 від 05.12.2018 р. Затверджено Вченою радою ДУІТ. Протокол № 4 від 06.12.2018 р.

ОНОВЛЕНО у 2020 році згідно з рекомендаціями робочої групи і стейкхолдерів з метою забезпечення відповідності програми 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 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 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.

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 економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 1 від 27.08. 2021 р. Затверджено Вченою Радою ДУІТ. Протокол № 1 від 31.08. 2021 р.

Оновлено у 2023 р. у зв'язку із внесенням змін за рекомендаціями робочої групи та з урахуванням змін, передбачених Порядком прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2023 році (Затверджено Наказом МОН України

15.03.2023 р. № 276). Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування №14 від 01.05. 2023 р. Протокол вченої ради Інституту управління, технологій та права № 8 від 01.05.2023 р. Затверджено Вченою Радою ДУІТ. Протокол № 10 від 25.05. 2023 р.

Оновлено у квітні 2024 р. у зв'язку із внесенням змін до складу робочої групи (в складі стейкхолдерів) та за рекомендаціями робочої групи. Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 11 від 16.04. 2024 р. Протокол вченої ради Інституту управління, технологій та права № 7 від 19.04.2024 р. Протокол вченої ради ДУІТ №8 від 25.04.2024 р.

Оновлено у червні 2024 р. на підставі наказу МОН України № 842 від 13.06.2024 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти». Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № 14 від 26.06.2024 р. Протокол вченої ради Інституту управління, технологій та права № 9 від 27.06.2024 р.

Оновлено у квітні 2025 р. із врахуванням положень Постанови КМУ від 21 червня 2024 р. № 734 «Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» та постанови КМУ від 21 лютого 2025 р. № 188 «Про внесення зміни до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» та за рекомендаціями робочої групи. Протокол засідання кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування № \_\_\_\_ від \_\_.\_\_. 2025 р. Протокол вченої ради Інституту управління, технологій та права № \_\_ від \_\_.\_\_.2025 р. Протокол вченої ради ДУІТ № \_ від \_\_.\_\_.2025 р.

Оновлено робочою групою кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування Державного університету інфраструктури та технологій у складі, затвердженому наказом ДУІТ № 580/01-04/08.1 від 12.11. 2021 р.

**1. Пилипенко Олена Віталіївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування – гарант освітньо-професійної програми;

**2. Яновська Вікторія Петрівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування;

**3. Накалюжна Аліна Олегівна**, старший викладач кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування.

#### **Стейкхолдери:**

**1. Мельник Тетяна Степанівна**, доктор економічних наук, менеджер відділу методології та розвитку закупівельної функції управління методології та аналізу Департаменту закупівель, Акціонерне товариство «Українська залізниця»;

2. **Мельничук Микола Миколайович**, начальник комерційного відділу ТОВ «Перший столичний хлібозавод»;
3. **Бахтіна Олена Анатоліївна**, ФОП «Бахтіна О. А», засновниця та власниця системи «No old age».
4. **Ківало Дарина Сергіївна**, випускниця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг;
5. **Зотова Вероніка Дмитрівна**, випускниця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг скороченої форми навчання (термін навчання 1 рік 10 місяців на основі НРК5).
6. **Бараненко Богдан Олегович**, здобувач третього курсу першого рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг денної форми навчання.

**Оновлена освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2025 р.**

## 1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Державний університет інфраструктури та технологій Інститут управління, технологій та права Факультет управління і технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр Бакалавр маркетингу / Bachelor of Marketing
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» / Marketing
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, - 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців (на базі повної загальної середньої освіти); - 180 кредитів ЄКТС, термін навчання – 2 роки 10 місяців (на основі рівня НРК 5 (ступеня «фаховий молодший бакалавр», молодший бакалавр або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)). На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. 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. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію освітньої програми УД11005304, дійсний до 01.07.2025 р.
<b>Цикл / рівень</b>	QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 6 рівень.
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти; ступеня «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») (для скороченого циклу навчання). 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.
<b>Мова викладання</b>	Державна
<b>Термін запланованого перегляду</b>	2025 р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://duit.edu.ua/">http://duit.edu.ua/</a>

<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, фундаментальними знаннями і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра передбачає: на базі повної загальної середньої освіти: Загальний обсяг обов'язкових компонентів – 180 кред. ЄКТС (75 %); Загальний обсяг вибірових компонентів – 60 кред. ЄКТС (25 %). на основі рівня НРК 5 (180 кредитів ЄКТС): Загальний обсяг обов'язкових компонентів – 120 кред. ЄКТС (66,7%); Загальний обсяг вибірових компонентів – 60 кред. ЄКТС (33,3 %).
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	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.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Спеціальна освіта в галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження; маркетинг послуг; маркетинг промислового підприємства, маркетингові комунікації; маркетингова товарна політика, міжнародний маркетинг, поведінка споживача, стратегічний маркетинг.
<b>Особливості програми</b>	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 організацій 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.
<b>4 – Академічні та професійна права випускників</b>	
<b>Професійні права випускників</b>	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.
<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	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.
<b>Оцінювання</b>	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання, захист індивідуальних робіт, атестаційний екзамен.
<b>Система оцінювання</b>	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).
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	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

	<p>та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення і діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b></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 здійснювати 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 невизначеності та неповноти інформації.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p>

	<p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Використовувати методи оцінки параметрів маркетингового середовища.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Підготовку здобувачів першого (бакалаврського) РВО спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг» забезпечують кваліфіковані науково-педагогічні працівники. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації (стажування), у т. ч. закордонні.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення для підготовки бакалаврів спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг» складається з лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою та комп'ютерних класів з прикладним спеціалізованим програмним забезпеченням.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Інформаційно-методичне забезпечення кожної з дисциплін циклу підготовки здобувачів першого (бакалаврського) РВО спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг» складається з навчально-методичних комплексів з усіх освітніх компонент.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з провідними навчальними закладами України задля організації взаємного обміну студентами у відповідності до угоди про співробітництво.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну студентами за проектами з міжнародної кредитної мобільності.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Відповідно до державних вимог.

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

### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

#### 2.1.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми на базі повної загальної середньої освіти (240 кредитів ЄКТС)

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. Обов'язкові компоненти</b>			
<b>Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки</b>			
ОК 1	Історія України та української культури	3	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	5-4	Екзамен
ОК 7	Інформаційні та комунікаційні технології	4	Екзамен
ОК 8	Університетські студії	4	Залік
ОК 9	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК 10	Правове регулювання економічної діяльності	3	Залік
ОК 11	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 12	Теорія ймовірності та математична статистика	5 4	Екзамен
ОК 13	Економіко-математичні методи і моделі	8	Екзамени
ОК 14	БЗВП	3	Залік
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу загальної підготовки</b>		<b>66</b>	
<b>Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки</b>			
ОК 15	Системний підхід у бізнесі	4	Залік
ОК 16	Цифрова грамотність у бізнесі	4	Залік
ОК 17	Психологія	4	Залік
ОК 18	Організація підприємницької діяльності	4	Залік
ОК 19	Маркетинг	8	Залік, екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР
ОК 20	Статистика	4	Екзамен
ОК 21	Економіка підприємства	4	Екзамен
ОК 22	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 23	Соціологія	4	Екзамен
ОК 24	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ОК 25	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР
ОК 26	Інфраструктура товарного ринку	3	Екзамен
ОК 27	Маркетинг послуг	3	Екзамен
ОК 28	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 29	Маркетингова товарна політика	3	Екзамен

	Курсова робота	1	Захист КР
1	2	3	4
ОК 30	Інтернет маркетинг	4	Екзамен
ОК 31	Поведінка споживача	4	Екзамен
ОК 32	Маркетинг промислового підприємства	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР
ОК 33	Обґрунтування рішень і оцінювання ризиків	4	Екзамен
ОК 34	Організація зв'язків з громадськістю	3	Екзамен
ОК 35	Іноземна мова в бізнесі	3	Екзамен
ОК 36	Світові товарні ринки	4	Екзамен
ОК 37	Бренд-менеджмент	4	Екзамен
ОК 38	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
ОК 39	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
<b>Практична підготовка</b>			
ОК 40	Навчальна практика (зі спеціальності)	3	Залік
ОК 41	Навчальна практика (аналітична)	2	Залік
ОК 42	Виробнича практика	6	Залік
<b>Атестація</b>			
ОК 43	Атестаційний екзамен	2	Екзамен
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу професійної підготовки</b>		<b>114</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>180</b>	
<b>Загальний обсяг вибіркового компонент</b>		<b>60</b>	
З них:			
- загальної підготовки		<b>6</b>	
- професійної підготовки		<b>54</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»</b>		<b>240</b>	

### 2.1.2 Перелік компонент освітньо-професійної програми на основі рівня НРК 5 (180 кредитів ЄКТС)

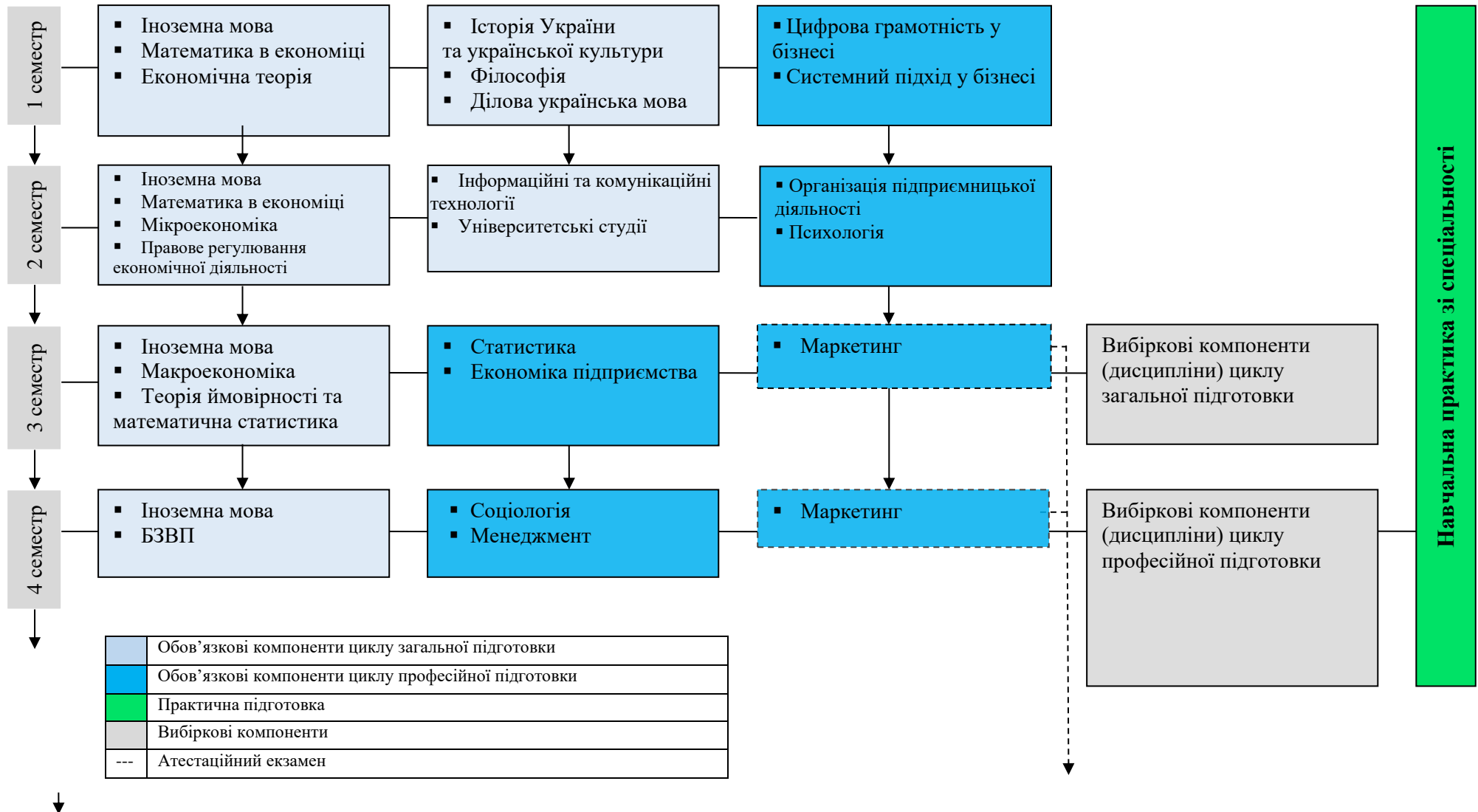
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. Обов'язкові компоненти</b>			
<b>Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки</b>			
ОК 1	Іноземна мова	6	Залік, екзамен
ОК 2	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 3	Теорія ймовірності та математична статистика	4	Екзамен
ОК 4	Економіко-математичні методи і моделі	8	Екзамени
ОК 5	БЗВП	3	Залік
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу загальної підготовки</b>		<b>22</b>	
<b>Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки</b>			
ОК 6	Маркетинг	8	Залік, екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР

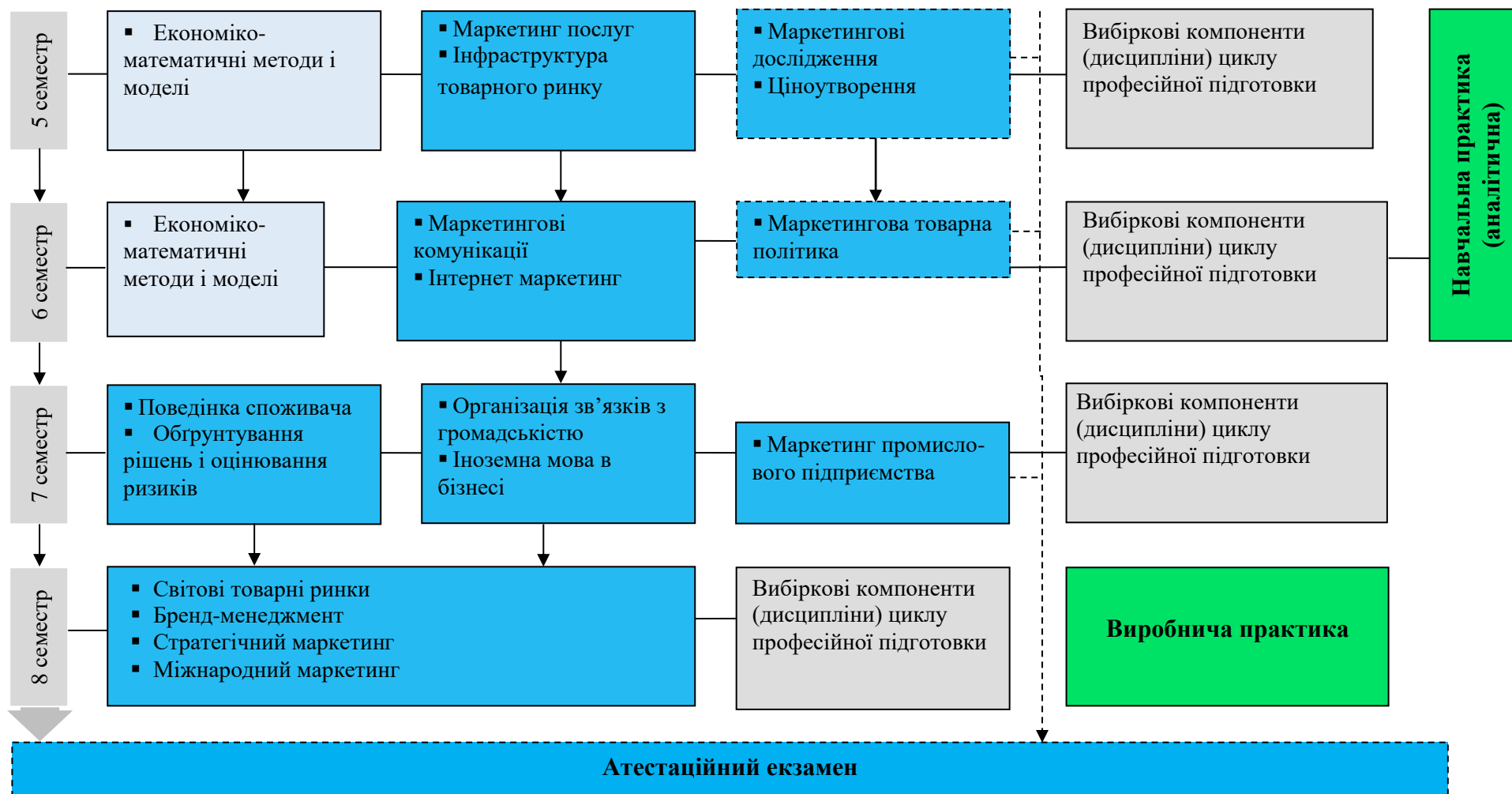
1	2	3	4
ОК 7	Статистика	4	Екзамен
ОК 8	Економіка підприємства	4	Екзамен
ОК 9	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 10	Соціологія	4	Екзамен
ОК 11	Ціноутворення	3	Екзамен
ОК 12	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР
ОК 13	Інфраструктура товарного ринку	4	Екзамен
ОК 14	Маркетинг послуг	3	Екзамен
ОК 15	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 16	Маркетингова товарна політика	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР
ОК 17	Інтернет маркетинг	4	Екзамен
ОК 18	Поведінка споживача	4	Екзамен
ОК 19	Маркетинг промислового підприємства	3	Екзамен
	Курсова робота	1	Захист КР
ОК 20	Обґрунтування рішень і оцінювання ризиків	4	Екзамен
ОК 21	Організація зв'язків з громадськістю	3	Екзамен
ОК 22	Іноземна мова в бізнесі	3	Екзамен
ОК 23	Світові товарні ринки	4	Екзамен
ОК 24	Бренд-менеджмент	4	Екзамен
ОК 25	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
ОК 26	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент (дисципліни) циклу професійної підготовки</b>		<b>85</b>	
<i><b>Практична підготовка</b></i>			
ОК 27	Навчальна практика (зі спеціальності)	3	Залік
ОК 28	Навчальна практика (аналітична)	2	Залік
ОК 29	Виробнича практика	6	Залік
<i><b>Атестація</b></i>			
ОК 30	Атестаційний екзамен	2	Екзамен
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу професійної підготовки</b>		<b>98</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>120</b>	
<b>Загальний обсяг вибірових компонент</b>		<b>60</b>	
З них:			
- загальної підготовки		<b>6</b>	
- професійної підготовки		<b>54</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>180</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

### 2.2.1 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми на базі повної загальної середньої освіти (240 кредитів ЄКТС)

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

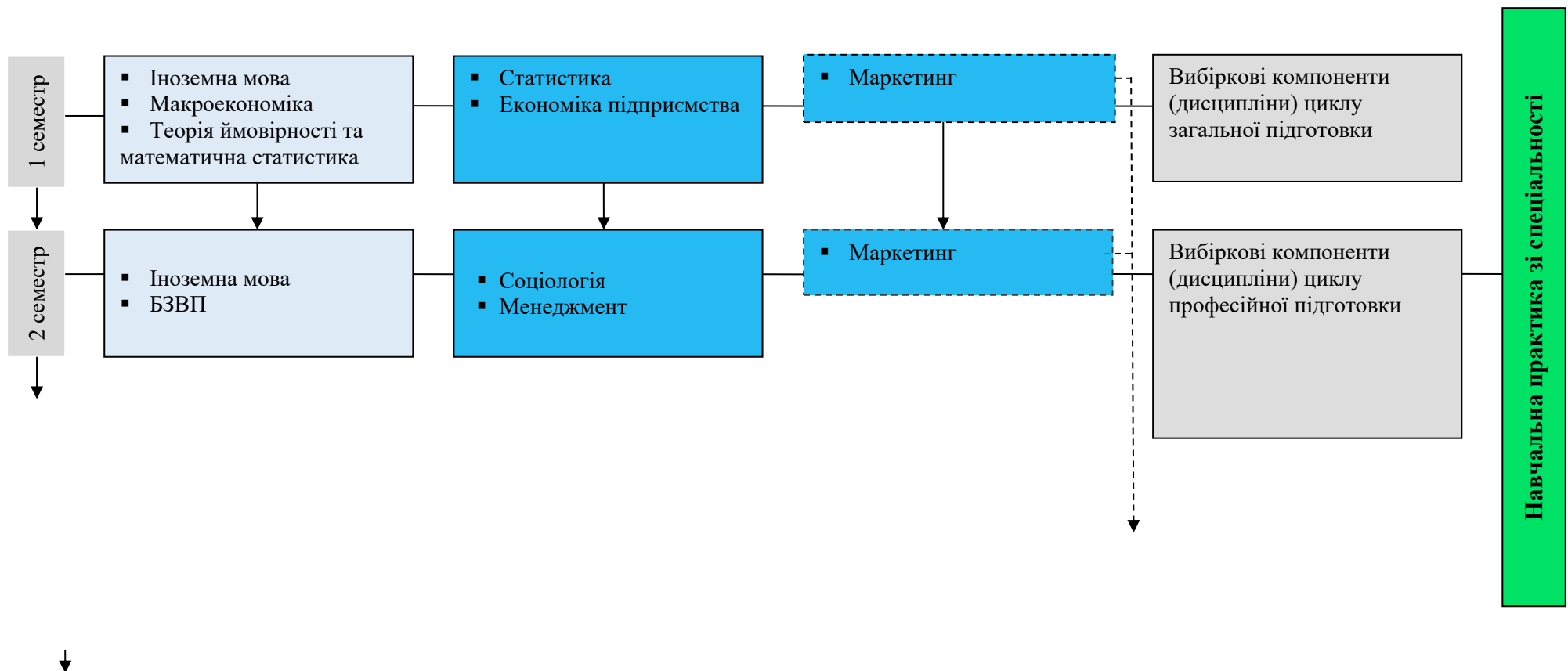


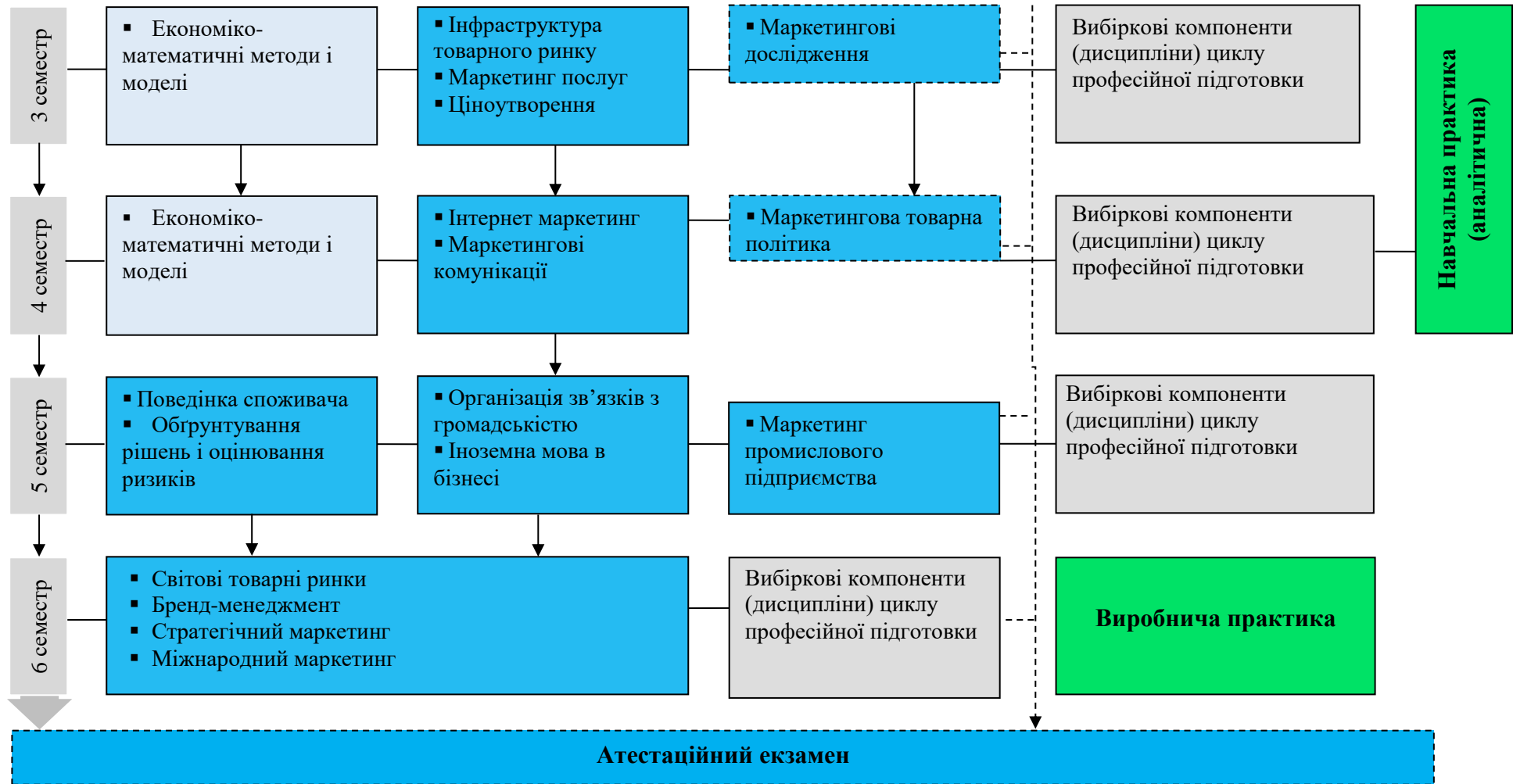


## 2.2.2 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми на основі рівня НРК 5 (180 кредитів ЄКТС)

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

	Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки
	Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки
	Практична підготовка
	Вибіркові компоненти
	Атестаційний екзамен





### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускника освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг / D5 Marketing здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти «Маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти та цією освітньою програмою.

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.







5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньої програми на основі рівня НРК 5 (180 кредитів ЄКТС)

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30
P1						+	+							+	+	+		+		+									+	+
P2		+	+	+					+			+				+		+		+	+			+		+	+	+	+	+
P3											+		+			+	+						+		+	+				+
P4		+	+	+				+	+	+		+				+			+	+			+	+				+	+	
P5												+	+					+			+		+				+			
P6										+	+			+				+										+		
P7													+				+													
P8						+						+			+		+		+		+				+		+			
P9												+									+					+				
P10		+		+				+		+	+								+					+						+
P11				+					+		+								+											+
P12							+												+											
P13					+			+	+		+		+		+	+				+	+			+	+				+	
P14					+	+	+			+	+	+	+																	
P15					+									+																
P16	+	+			+						+		+		+		+					+				+				
P17	+																					+	+			+				
P18					+																									
P19			+					+				+							+							+				