

ФЕДЕРАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ СПІЛОК УКРАЇНИ
АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖЕНО (ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО)
Вченою радою АПСВТ
Голова Вченої ради
Сухомлин В.Б.
Протокол № 14 від «31» червня 2025 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

найменування

Рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Освітня кваліфікація

перший (бакалаврський) рівень
бакалавр
D Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг
бакалавр маркетингу

Лист-погодження освітньої програми

Проректор з науково-педагогічної роботи



І.С. Чорнодід

«14» червня 2025 р.

Декан факультету економіки, соціальних технологій
та туризму



С.В. Шолудченко

«14» червня 2025 р.

Завідувач кафедри маркетингу



Н.В. Писаренко

«14» червня 2025 р.

Гарант освітньої програми



О.А. Корчинська

«14» червня 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»): перший (бакалаврський) рівень, галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг розроблена відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту»; Національної рамки кваліфікації, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. №1341 (зі змінами); Національних класифікаторів ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» та ДК 003:2010 «Класифікатор професій»; Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343; Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», затвердженого рішенням конференції ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення № 1, протокол № 1) та внесеного до Реєстру кваліфікацій 21.01.2025 р.; Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 р. № 1021) (зі змінами); постанови Кабінету Міністрів України 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»; Постанови Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» (зі змінами); Положення про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин і туризму (четверта редакція), схвалене на засіданні Вченої ради АПСВТ (протокол № 12 від 30 червня 2025 р.); аналізу ринку праці (з урахуванням регіонального контексту), пропозицій стейкхолдерів і здобувачів, а також вивчення вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Розглянуто та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу АПСВТ (протокол № 11 від 17 червня 2025 р.).

Розглянуто та рекомендовано на засіданні Вченої ради факультету економіки, соціальних технологій та туризму АПСВТ (протокол № 09 від 30 червня 2025 р.).

Розроблено проектною (робочою) групою у складі:

КОРЧИНСЬКА Олена Антонівна <i>гарант освітньої програми</i>	доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ
ПИСАРЕНКО Надія Василівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу АПСВТ, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ
ЯРМОЛЕНКО Юлія Олександрівна	доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ
ПЕТРИК Денис Анатолійович	здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг АПСВТ
БАРДОВСЬКА Марина	Head of Digital and E-commerce, Приватне акціонерне товариство «АртВайнері»

Рецензії / відгуки

1. **Лилик Ірина Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана; Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу», головний редактор журналу «Маркетинг в Україні»;
2. **Буряк Руслан Іванович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів і природокористування України;
3. **Ларіна Ярослава Степанівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана;
4. **Боднар Ольга Василівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва Національного Університету «Києво-Могилянська Академія»;
5. **Поліщук Віктор Володимирович** – директор ТОВ «Київський БКК»;
6. **Щолойко Тетяна Миколаївна** – директор ТОВ «СФ Юкрейн Пропертіз»

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

1. Загальна інформація	
<i>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</i>	Академія праці, соціальних відносин і туризму, кафедра маркетингу
<i>Спеціальність</i>	D5 Маркетинг
<i>Назва освітньо-професійної програми</i>	Маркетинг
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації</i>	Бакалавр Бакалавр маркетингу
<i>Тип диплому та обсяг програми</i>	Одиничний ступінь, 240 кредитів ЄКТС
<i>Наявність акредитації</i>	Сертифікат про акредитацію освітньої програми НАЗЯВО № 511 від 23.07.2020 р. Строк дії – до 23.07.2025 р.
<i>Рівень програми</i>	Перший (бакалаврський) рівень (НРК України – 6 рівень; FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень)
<i>Передумови</i>	Наявність повної загальної середньої освіти або освітнього ступеня «молодший бакалавр» освітнього і професійного рівня «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»
<i>Обмеження щодо форм навчання</i>	Без обмежень
<i>Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання</i>	На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; 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): - 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; - 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. 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 Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених чинним профільним Стандартом вищої освіти.
<i>Мова(и) навчання / оцінювання</i>	українська
<i>Структурний підрозділ відповідальний за оп</i>	Кафедра маркетингу АПСВТ https://www.socosvita.kiev.ua/about/structure/marketing-department
<i>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	https://www.socosvita.kiev.ua/about/public
<i>Професійна кваліфікація</i>	Не надається
2. Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, здатних генерувати практичну цінність для бізнесу і суспільства шляхом інноваційного, креативного та етично виваженого використання маркетингових інструментів в умовах цифрової трансформації, глобалізації та сталого розвитку через формування інтегральних, загальних і професійних компетентностей, необхідних для ефективного прийняття рішень в мультикультурному середовищі, аналітичного осмислення динамічних ринкових процесів, генерації стратегічних рішень і критичного мислення.	
3. Характеристика освітньої програми	

<i>Предметна область</i>	<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна
<i>Фокус освітньої програми</i>	<i>Фокус</i> програми націлений на формування професійних маркетингологів нового покоління, здатних інтегрувати класичні та цифрові маркетингові технології для розробки інноваційних, соціально відповідальних рішень, що сприяють розвитку справедливого та сталого ринку в умовах цифрової трансформації, глобалізації та якісних соціальних змін. Програма підкреслює роль маркетингу як інструменту побудови довіри, соціальної справедливості та етичної взаємодії між бізнесом, працівниками, споживачами і суспільством.
<i>Особливості освітньої програми</i>	ОПП спрямована на формування системного бачення маркетингової діяльності як стратегічного інструменту управління соціально-економічними

	процесами в умовах цифрової економіки, глобалізації та трансформації трудових відносин. Особливостями програми є її інтегративний характер, що поєднує сучасну маркетингову підготовку з гуманітарними, соціальними та етичними засадами через забезпечення міждисциплінарного підходу, практичної орієнтованості, розвитку критичного мислення, цифрової та комунікаційної компетентності, а також здатності діяти в умовах глобальної взаємодії, зокрема у сфері соціального діалогу, праці та сталого розвитку.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Працевлаштування</i>	Згідно професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» може виконувати професійну діяльність за типовими посадами маркетолога, фахівця з маркетингу, фахівця з методів розширення ринків збуту, помічника маркетолога, асистента маркетолога, SMM-маркетолога, SMM-менеджера, контент-маркетолога, контент-менеджера, контент-мейкера, таргетолога, бренд-маркетолога, бренд-менеджера, трейд-маркетолога, фахівця з торгового маркетингу, цифрового (digital) маркетолога, інтернет-маркетолога, фахівця з цифрового маркетингу. Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010): 1233 Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 13415 Мерчендайзер; 2419.2 Рекламист; 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2419.2 Консультант з маркетингу; 3429 Представник з реклами; 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 3429 Агент рекламний.
<i>Продовження освіти</i>	Навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
<i>Підходи до викладання та</i>	Освітній процес у межах програми ґрунтується на студентоцентрованому, компетентнісному та

навчання	міждисциплінарному підходах із орієнтацією на формування практично релевантних знань, навичок та цінностей, а також передбачає активну участь здобувачів у міждисциплінарних освітніх та науково-дослідних проєктах та їх залучення до практичної діяльності через практики та співпрацю з професійними спільнотами. Викладання здійснюється з використанням сучасних цифрових платформ і відкритих освітніх ресурсів. Навчання відбувається через поєднання інтерактивних лекцій, кейс-методів, командної роботи, проєктного навчання, ділових ігор, тренінгів, дослідницьких завдань і практик у співпраці з бізнесом, соціальними партнерами та громадськими інституціями.
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, захист звіту з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи.
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	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

	ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. ЗК16. Здатність інтегрувати принципи сталого розвитку в маркетинговій діяльності, враховуючи соціальні, екологічні та економічні аспекти діяльності підприємства задля формування довгострокової цінності для суспільства та бізнесу.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

	СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
--	---

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. Аналізувати та впроваджувати принципи сталого розвитку у маркетинговій діяльності з урахуванням соціальних, екологічних і економічних наслідків для формування довгострокової цінності бізнесу та суспільства.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

<i>Кадрове забезпечення</i>	Штатні науково-педагогічні працівники АПСВТ, мають підтверджений рівень наукової і професійної активності, систематично підвищують свій рівень кваліфікації. До освітнього процесу можуть бути залучені також провідні фахівці у сфері маркетингу.
<i>Матеріально- технічне забезпечення</i>	Наявна матеріально-технічна база дає можливість забезпечити підготовку бакалаврів маркетингу: навчальний корпус; гуртожиток; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункт харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання.

<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Навчально-методичне забезпечення містить всі необхідні складові, що регламентують освітню діяльність освітнього процесу.
9. Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Може здійснюватися відповідно до угод АПСВТ і реалізовуватися здобувачами вищої за освітніми програмами у ЗВО-партнерах в межах України.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Визначаються чинним законодавством та двосторонніми / багатосторонніми угодами між АПСВТ та закордонними ЗВО-партнерами.
<i>Навчання іноземних здобувачів освіти</i>	В межах ліцензійного обсягу спеціальності за умови попередньої мовленнєвої підготовки.
10. Форма атестації здобувачів вищої освіти	
<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи.
<i>Вимоги до кваліфікаційної роботи</i>	Кваліфікаційна бакалаврська робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
11. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	
У Академії праці, соціальних відносин та туризму функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), формалізована у Положенні про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин і туризму (третья редакція), схваленому на засіданні Вченої ради АПСВТ (протокол №9 від 30.05.2024 р.), що передбачає здійснення таких процедур і заходів: 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти; 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне	

оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті АПСВТ;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

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

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

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення АПСВТ якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

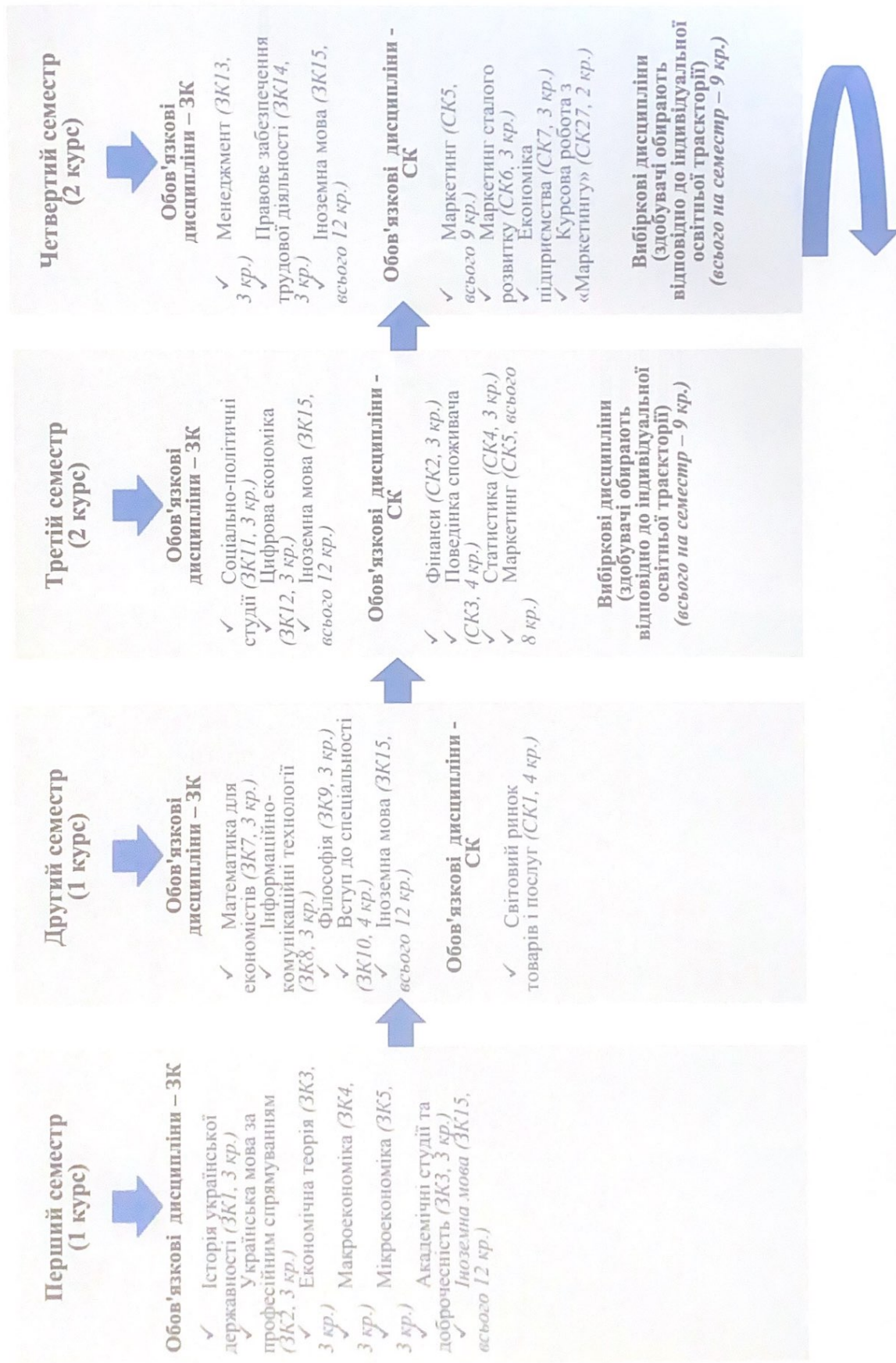
II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬО ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

1. Перелік компонентів			
Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти			
Цикл навчальних дисциплін, які формують загальні компетентності (шифр - ЗК) (55 кредитів)			
ЗК 1	Історія української державності	3	іспит
ЗК 2	Українська мова за професійним спрямуванням	3	іспит
ЗК 3	Економічна теорія	3	іспит
ЗК 4	Макроекономіка	3	іспит
ЗК 5	Мікроекономіка	3	іспит
ЗК 6	Академічні студії та добросесність	3	залік
ЗК 7	Математика для економістів	3	іспит
ЗК 8	Інформаційно-комунікаційні технології	3	іспит
ЗК 9	Філософія	3	залік
ЗК 10	Вступ до спеціальності	4	залік

ЗК 11	Соціально-політичні студії	3	іспит
ЗК 12	Цифрова економіка	3	іспит
ЗК 13	Менеджмент	3	іспит
ЗК 14	Правове забезпечення трудової діяльності	3	залік
ЗК 15	Іноземна мова	3	залік, іспит
Цикл навчальних дисциплін, які формують спеціальні (фахові) компетентності (шифр – СК) (118 кредитів)			
СК 1	Світовий ринок товарів і послуг	4	іспит
СК 2	Фінанси	3	іспит
СК 3	Поведінка споживача	4	іспит
СК 4	Статистика	3	залік
СК 5	Маркетинг	8	іспит, залік
СК 6	Маркетинг сталого розвитку	3	іспит
СК 7	Економіка підприємства	3	залік
СК 8	Маркетингове ціноутворення	3	іспит
СК 9	Брендинг	4	іспит
СК 10	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	залік
СК 11	Маркетингові дослідження	4	іспит
СК 12	Маркетинг послуг	3	іспит
СК 13	Діджитал маркетинг	6	іспит, залік
СК 14	Міжнародний маркетинг	6	іспит, залік
СК 15	Інфраструктура товарного ринку	4	залік
СК 16	Direct-маркетинг	4	залік
СК 17	Екологічний маркетинг	4	іспит
СК 18	Маркетингова товарна політика	4	іспит
СК 19	Маркетингова політика розподілення	3	іспит
СК 20	Моделювання та прогнозування в маркетингу	3	залік
СК 21	Логістика	6	іспит
СК 22	Маркетинг промислового підприємства	3	іспит
СК 23	Маркетингові комунікації	6	іспит
СК 24	Маркетингове планування	3	залік
СК 25	Рекламна діяльність	4	іспит
СК 26	Соціально-відповідальний маркетинг	4	іспит
СК 27	Курсова робота з «Маркетинг»	2	курсова робота
СК 28	Курсова робота з «Маркетингові дослідження»	2	курсова робота
СК 29	Навчально-виробнича практика з фаху	3	іспит

СК 30	Виробнича практика з фаху	6	іспит
Вибіркові компоненти (здобувачі обирають 60 кредитів)			
Атестація (підготовка і захист кваліфікаційної роботи) (7 кредитів)			
Загальний обсяг освітньої програми – 240 кредитів			

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»



**П'ятий семестр
(3 курс)**



**Обов'язкові
дисципліни - СК**

- ✓ Маркетингове
ціноутворення (СК8,
3 кр.)
- ✓ Брендинг (СК9,
4 кр.)
- ✓ Інформаційні
системи і технології в
маркетингу (СК10,
3 кр.)
- ✓ Маркетингові
дослідження (СК11,
4 кр.)
- ✓ Маркетинг
послуг (СК12, 3 кр.)
- ✓ Діджитал
маркетинг (СК13, 6 кр.)
- ✓ Міжнародний
маркетинг (СК14, 6 кр.)

Вибіркові дисципліни
(здобувачі обирають
відповідно до
індивідуальної
освітньої траєкторії)
(всього на семестр –
12 кр.)

**Шостий семестр
(3 курс)**



**Обов'язкові
дисципліни - СК**

- ✓ Діджитал
маркетинг (СК13, 6 кр.)
- ✓ Міжнародний
маркетинг (СК14, 6 кр.)
- ✓ Інфраструктура
товарного ринку (СК15,
4 кр.)
- ✓ Direct-маркетинг
(СК16, 4 кр.)
- ✓ Екологічний
маркетинг (СК17, 4 кр.)
- ✓ Маркетингова
товарна політика
(СК18, 4 кр.)
- ✓ Курсова робота з
«Маркетингові
дослідження» (СК28,
2 кр.)
- ✓ Навчально-
виробнича практика з
фаху (СК29, 3 кр.)

Вибіркові дисципліни
(здобувачі обирають
відповідно до
індивідуальної
освітньої траєкторії)
(всього на семестр –
9 кр.)

**Сьомий семестр
(4 курс)**



**Обов'язкові
дисципліни - СК**

- ✓ Маркетингова
політика розподілення
(СК19, 3 кр.)
- ✓ Моделювання та
прогнозування в
маркетингу (СК20,
3 кр.)
- ✓ Логістика (СК21,
6 кр.)
- ✓ Маркетинг
промислового
підприємства (СК22,
3 кр.)
- ✓ Маркетингові
комунікації (СК23,
6 кр.)
- ✓ Маркетингове
планування (СК24,
3 кр.)

Вибіркові дисципліни
(здобувачі обирають
відповідно до
індивідуальної
освітньої траєкторії)
(всього на семестр –
12 кр.)

**Восьмий семестр
(4 курс)**



**Обов'язкові
дисципліни - СК**

- ✓ Рекламна
діяльність (СК25, 4 кр.)
- ✓ Соціально-
відповідальний
маркетинг (СК26, 4 кр.)
- ✓ Виробнича
практика з фаху (СК30,
6 кр.)

Вибіркові дисципліни
(здобувачі обирають
відповідно до
індивідуальної
освітньої траєкторії)
(всього на семестр –
9 кр.)



**Підготовка та
публічний захист
кваліфікаційної
бакалаврської
роботи
(7 кр.)**

**МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИЗНАЧЕНИХ ОПП
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ДЕСКРИПТОРАМ НРК
(6-й рівень, бакалаврський)**

Класифікація компетент- ностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
Загальні компетентності - 16				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2	К1	АВ3
ЗК9	ЗН1	УМ1	К1	АВ2
ЗК10	ЗН1	УМ2	К1	АВ2
ЗК11	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
ЗК12	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК13	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ЗК14	ЗН1	УМ2	К1	АВ2
ЗК15	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК16	ЗН2	УМ1		АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ2	К1	АВ3
СК10	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК11	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
СК12	ЗН1	УМ2	К1	АВ3
СК13	ЗН2	УМ1		АВ3
СК14	ЗН2	УМ2		АВ2

**МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ
КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ (ЗА КОМПЕТЕНТНОСТЯМИ)**

[illegible]