МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Президент
Національного університету
«Києво-Могилянська академія»

_____ Сергій КВІТ
(підпис) (ім'я та прізвище)
30 травня 2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

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»

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

УХВАЛЕНО:
Вченою радою НаУКМА
Протокол № 8 від 29 травня 2025 р.

Голова Вченої ради

_____ Ірина Лук'яненко
(підпис) (ім'я та прізвище)

Київ -2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ / MARKETING»

Віцепрезидент з науково-педагогічної роботи (навчальної роботи) _____ Василь Ожоган
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник навчально-методичного відділу _____ Ірина Рудь
(підпис) (ім'я та прізвище)

Робоча група:

Керівник робочої групи/гарант ОП: _____ Катерина Пічик
(підпис) (ім'я та прізвище)

Члени групи: _____ Ірина Ковшова
(підпис) (ім'я та прізвище)

_____ Зоя Демчук
(підпис) (ім'я та прізвище)

_____ Тетяна Гавриленко
(підпис) (ім'я та прізвище)

_____ Лілія Пан
(підпис) (ім'я та прізвище)

_____ Тетяна Мехед
(підпис) (ім'я та прізвище)

* за потреби робоча група може розширити кількість погоджень

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма Маркетинг (далі ОПП) розроблена спільно з представниками бізнес-структур та інших маркетингових організацій, здобувачів освіти і спрямована на підготовку фахівців, здатних до вирішення питань в сфері маркетингу в складних, мінливих економічних умовах. Засадничими принципами формування навчання на програмі є поєднання не лише академічного, але й практичного досвіду викладачів у рамках кожної обов'язкової компоненти. В рамках формування індивідуальної траєкторії навчання здобувач вищої освіти має можливість обрати вибіркові компоненти з широкого списку сучасних, практико-орієнтованих дисциплін, а також дисциплін вільного вибору, отримавши результати навчання і компетентності які дозволять бути конкурентоспроможним на ринку праці.

РОЗРОБЛЕНО РОБОЧОЮ ГРУПОЮ У СКЛАДІ:

1. ***Пічик К. В.*** – завідувач кафедри маркетингу та управління бізнесом, кандидат економічних наук, доцент.
2. ***Ковшова І. О*** – професор кафедри маркетингу та управління бізнесом, доктор економічних наук, професор.
3. ***Пан Л. В.*** – доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом, кандидат економічних наук, доцент.
4. ***Гавриленко Т. В.*** – доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом, кандидат економічних наук, доцент.
5. ***Демчук З. О.*** – доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом, кандидат економічних наук, доцент.
6. ***Мехед Т. М.*** – виконавчий директор Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (MAMI)

РЕЦЕНЗЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

1. Провідні експерти, науковці:

Дейнега І.О. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка»;

Боєнко О.Ю. – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Донецького національного університету імені Василя Стуса.

2. Представники професійних асоціацій

Морозова Н. М. – Голова Правління Громадської спілки «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив»

3. Представники ринку праці

Силенко С. П. – директор ТОВ «Поларис-С»;

Саламаха О. Б. – засновник компанії SERPSTAT.

І. Профіль освітньо-професійної програми
D5 Маркетинг

1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Повна назва закладу вищої освіти, структурного підрозділу	Національний університет «Києво-Могилянська академія» (НаУКМА) National University of «Kyiv-Mohyla Academy» Факультет економічних наук, Кафедра менеджменту, маркетингу та підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – Бакалавр / Bachelor Галузь знань – D «Бізнес, адміністрування та право» / D ««Management, Administration and Law» Спеціальність – D5 Маркетинг / D5 Marketing
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня Маркетинг / Marketing
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	– Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти; – Сертифікат 3515 – Термін дії 01.07.2027
Цикл / рівень	– Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA) – перший цикл (First cycle), – Національна Рамка кваліфікацій (НРК) України – 6 рівень, – Закон України «Про вищу освіту» – перший (бакалаврський) рівень
Передумови	Наявність атестату про повну середню освіту
Мови викладання	Українська, англійська
Форма здобуття освіти	Очна (денна)
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифіката про акредитацію програми.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису програми	https://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/2011-04-05-15-42-31/183-bakalavr/bp-marketing

2 – МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Підготовка бакалаврів маркетингу, які здатні вирішувати проблеми розробки та реалізації ефективної стратегії маркетингу підприємств різних рівнів, обирати оптимальні підходи щодо формування товарної, цінової та збутової політики, розробки системи маркетингових комунікацій, організації маркетингової діяльності; формування та розвиток загальних і професійних компетентностей в сфері маркетингу, що забезпечують здатність випускника виконувати професійну діяльність на первинній посаді в управлінській, освітній, медійно-комунікативній, бізнесовій та інших сферах. Цілі та результати навчання ОПП «Маркетинг» відповідають місії, візії, корпоративним цінностями та стратегії університету і передбачають розвиток дослідницького креативного середовища на основі поєднання ґрунтовної освіти та якісних досліджень з інноваціями і практикою (зокрема п 2.1-2.7 та п. 3.2. Стратегії розвитку НаУКМА). https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/14-stratehiia-rozvytku-naukma-na-2015-2025-r-r	
3 – ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область	Зміст спеціальної професійної підготовки бакалаврів маркетингу зумовлений необхідністю здобуття знань, напрацювання умінь та навичок, які можуть забезпечити відповідність фахівця таким рівням, як економіст-маркетолог, маркетолог-аналітик, маркетолог-менеджер. Набуття відповідної спеціальності передбачає можливість створення фахівцем власного підприємства та управління підприємствами різних форм власності та організаційно-правових форм, можливість діяльності в консультаційних організаціях та установах.
Орієнтація програми	Професійна, прикладна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	В основі підготовки бакалаврів маркетингу в НаУКМА лежать такі концепції: – маркетингова орієнтація компаній на конкурентному ринку (вивчення поведінки споживачів, формування лояльних покупців); – Наявність програм академічної мобільності, психологічної адаптації, сприяння розвитку професійної кар'єри та формування індивідуальної освітньо-наукової траєкторії; – маркетинг як інструмент створення вартості компанії (за рахунок маркетингових активів).
Особливості програми	– Вивчення спеціальних дисциплін, присвячених проблематиці прийняття маркетингових рішень у компанії з фокусом на маркетингову аналітику,

	креативність, інноваційність та цифрові технології; – Використання в навчальному процесі ділових ігор, кейсів та сучасних універсальних та спеціалізованих програмних продуктів; – Запровадження системи ефективної мотивації творчої праці здобувачів освіти, викладачів і співробітників; – Орієнтація програми на підготовку фахівців, здатних до системного та креативного мислення; – Застосування принципу Liberal Arts Education; – Залучення до освітнього процесу експертів-практиків та залучення до практичної діяльності за майбутнім фахом; – можливість брати участь у програмах академічної мобільності.
Базова загальновійськова підготовка громадян України, які здобувають вищу освіту	– Програма призначена для підготовки громадян, які здобувають вищу освіту, спрямована на формування знань, умінь і навичок, необхідних для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України
4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ	
Придатність до працевлаштування	Випускники підготовлені до виконання професійних функцій за одним або кількома видами економічної діяльності і можуть реалізувати себе на ринку праці, а саме: на підприємствах будь-якої галузі, у сфері ретейлу, фінансів, торгівлі, освіти, реклами, інтернет-маркетингу (таргетингу, SEO, SMM, E-mail-маркетингу). Бакалаври ОП «Маркетинг» можуть займати такі основні посади: – заступник керівника департаменту маркетингу, маркетингових досліджень, відділу стратегічного розвитку, департаменту збуту, рекламного відділу, департаменту інноваційного розвитку, P&R відділу, тощо; – консалтинг-менеджер, Інтернет-маркетолог, SEO-менеджер, SMM-менеджер, арт-директор, тощо; – менеджер з маркетингу, P&R менеджер, бренд-менеджер, маркетолог-аналітик, тощо; – менеджер чи фахівець агенції (маркетингової, P&R, рекламної, івент, дослідницької, консалтингової, тощо);
Подальше навчання	– Магістерські програми – Міждисциплінарні програми

5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
Викладання та навчання	Базові стратегії навчання: студентоцентрованість, проблемно-орієнтованість, індивідуальна траєкторія, багатовекторність, самонавчання. Методи викладання та навчання: - інноваційні (кейси; проблемні, ділові ігри; дискусії; розробка проєктів; творчі завдання; аналітично-дослідницька робота); - традиційні (лекції, семінари, практичні заняття в малих і великих групах); - консультативні (консультації з викладачами, підготовка наукових статей, написання курсової роботи, підготовка кваліфікаційної. - підсумкові (публікація наукових статей, захист курсової та кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Перевірка та оцінювання знань здобувачів вищої освіти у НаУКМА здійснюється за рейтинговою (стобальною) системою. Результати складання екзаменів і диференційованих заліків оцінюються паралельно за національною шкалою та шкалою ЄКТС. Види контролю: - поточний контроль (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, захист проєктних робіт, тощо); - підсумковий контроль (усні та письмові екзамени, диференційовані заліки; захист звіту з науково-дослідної практики, педагогічної практики, курсової роботи); - атестація маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
6 – ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
Інтегральна компетентність	Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
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 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 з позиції соціальної відповідальності, займати активну життєву та громадянську позицію, розвивати лідерські якості. ЗК15. Здатність до безперервного навчання та саморозвитку, самостійної праці, використання системного підходу до розроблення та реалізації рішень. ЗК16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. ЗК17. Здатність захищати Батьківщину
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)	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 *великі не структуровані масиви даних (Big data),* маркетингові інформаційні системи та технології 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. СК15. Розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності. СК16. Оцінювати ефективність маркетингової діяльності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.
7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
Програмні результати навчання (ПРН)	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 сучасні цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. *Аналізувати великі не структуровані масиви даних (Big data).* 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,. 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. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства ПРН20. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань ПРН21. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки ПРН22. Мати додаткові знання, уміння і навички, необхідні для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України

8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМ	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення освітньої програми включає науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу та управління бізнесом, а також інших кафедр НаУКМА, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформувати результати навчання за освітніми компонентами цієї освітньої програми. Гарант та група забезпечення відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. До викладання професійних дисциплін залучаються висококваліфіковані фахівці-практики та бізнес-тренери. Викладачі групи забезпечення спеціальності мають наукові ступені і вчені звання, є визнаними фахівцями, мають публікації, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS, активно працюють над професійним зростанням, у тому числі завдяки програмам мобільності і міжінституційній та партнерській співпраці.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічні ресурси дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньою програмою, стан приміщень відповідає діючим Ліцензійним умовам. Навчальний простір (6 корпус) створює можливості для спілкування та навчання здобувачів вищої освіти: 3 спеціалізовані аудиторії для проведення лекційних занять, забезпечених усім необхідним обладнанням; 4 аудиторії для проведення семінарських занять, забезпечених усім необхідним обладнанням; комп'ютерний клас на 25 місць; конференційний простір із обладнанням для дистанційного навчання та комунікації; відкритий навчальний простір, місця для індивідуальної роботи, простір для спілкування і групової роботи. Здобувачі вищої освіти користуються приміщеннями та обладнаними аудиторіями 9 навчальних корпусів НаУКМА, Наукової бібліотеки НаУКМА, Американської бібліотеки ім. В. Китастого НаУКМА, простором для спілкування і групової роботи НаУКМА.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає : – бібліотеку, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань;

	офіційний сайт НаУКМА: https://www.ukma.edu.ua; автоматизований запис на вибіркові дисципліни: http://my.ukma.edu.ua/; – систему електронного опитування здобувачів вищої освіти щодо якості освіти: https://qa.ukma.edu.ua/; – корпоративне середовище Офіс 365: https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/icc/339-e-services/242-o365 – платформу дистанційного навчання: DistEdu: https://distedu.ukma.edu.ua; – автоматизовану бібліотечно-інформаційну систему ALEPH: http://aleph.ukma.kiev.ua/F; – інституційний репозитарій eKMAIR: http://ekmair.ukma.edu.ua. Навчально-методичне забезпечення: силабуси, навчально-методичні та навчальні посібники; методичні рекомендації до написання курсових та кваліфікаційних робіт, практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти; інші навчально-методичні матеріали розміщено на дистанційній платформі НаУКМА Distedu. Також здобувачі вищої освіти отримують доступ до всіх пакетів MSOffice 365; спеціалізованих онлайн платформ OneBoxCRM, Serpstat, GooglAnalytic, ARIS Cloud, Creately, Canva; Zoom.
9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	Реалізується у НаУКМА відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувачів вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням здобутих програмних результатів навчання. Здобувачі першого ступеня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» у межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги.
Міжнародна кредитна мобільність	Організація кредитної мобільності здійснюється відповідно до програм («Еразмус+») та договорів про співробітництво між Університетом та закладами вищої освіти - партнерами. Мобільність реалізується відповідно до Положення про порядок реалізації права на міжнародну академічну мобільність бакалаврів, магістрів НаУКМА.

	Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства

2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми

№	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові освітні компоненти ОПП			
1.1. Навчальні дисципліни			
ОК1.1.1	Англійська мова	7.0	залік/іспит
ОК1.1.2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	5.0	залік/іспит
ОК1.1.3	Вища математика	7.0	залік/іспит
ОК1.1.4	Big Data та штучний інтелект в бізнесі	4.0	залік/іспит
ОК1.1.5	Політична економія	5.0	іспит
ОК1.1.6	Економічна історія	3.0	іспит
ОК1.1.7	Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу	4.5	іспит
ОК1.1.8	Цифрові технології у дослідницькій практиці	5.0	іспит
ОК1.1.9	Регіональна економіка	3.0	іспит
ОК1.1.10	Історія економічних вчень	3.0	залік
ОК1.1.11	Теорія ймовірностей та математична статистика	4.5	залік/іспит
ОК1.1.12	Сучасні принципи споживчої культури	3.0	залік
ОК1.1.13	Культура ведення бізнесу	3.0	залік
ОК1.1.14	Економіка праці	3.0	залік
ОК1.1.15	Англійська мова (за професійним спрямуванням)	7.0	залік/іспит
ОК1.1.16	Мікроекономіка	5.0	іспит
ОК1.1.17	Статистика	5.0	іспит
ОК1.1.18	Макроекономіка	5.0	іспит
ОК1.1.19	Фінанси І	3.0	іспит
ОК1.1.20	Менеджмент	5.0	іспит
ОК1.1.21	Маркетинг І	4.0	іспит
ОК1.1.22	Digital-маркетинг	4.0	іспит
ОК1.1.23	Економіка підприємства	5.0	іспит
ОК1.1.24	Гроші та кредит	5.0	іспит
ОК1.1.25	Економіко-математичне моделювання ІІ (Економетрика)	4.0	іспит
ОК1.1.26	Міжнародна економіка	4.0	іспит
ОК1.1.27	Бухгалтерський облік	4.0	іспит
ОК1.1.28	Маркетингові дослідження	4.0	іспит
ОК1.1.29	Маркетингові комунікації	5.0	іспит
ОК1.1.30	Маркетингова товарна політика	5.0	іспит
ОК1.1.31	Маркетингове ціноутворення	5.0	іспит
ОК1.1.32	Логістика	3.0	іспит
ОК1.1.33	Маркетинг промислового підприємства	4.0	іспит
1.2. Практика			
ОК.1.2.1.	Практика переддипломна	4,0	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		**150,0**	

2. Вибіркові освітні компоненти ОПП			
2.1. Навчальні дисципліни професійної підготовки та практики			
ВБ 2.1.1.	PR-технології в організаціях	3,0	залік
ВБ 2.1.2.	Економіко-математичне моделювання І (Дослідження операцій в економіці)	5,0	залік
ВБ 2.1.3.	Курсова робота	3,0	захист тези
ВБ 2.1.4.	Психологія управління	3,0	залік
ВБ 2.1.5.	Конкурентоспроможність підприємств	3,0	залік
ВБ 2.1.6.	Технології поведінкової економіки в управлінні фірмою	3,0	залік
ВБ 2.1.7.	Project-менеджмент	4,0	залік
ВБ 2.1.8.	Бенчмаркинг	3,0	залік
ВБ 2.1.9.	Маркетинг впливу (Customer experience)	4,0	залік
ВБ 2.1.10.	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	3,0	залік
ВБ 2.1.11.	Управління продажами	3,0	залік
ВБ 2.1.12.	Конкурентна розвідка	3,0	залік
ВБ 2.1.13.	Креативний менеджмент	3,0	залік
ВБ 2.1.14.	Курсова робота	3,0	захист тези
ВБ 2.1.15.	Маркетинг ІІ	5,0	залік
ВБ 2.1.16.	Менеджмент стартапів	4,0	залік
ВБ 2.1.17.	Основи підприємництва та бізнес-планування	4,0	залік
ВБ 2.1.18.	Бренд-менеджмент	3,0	залік
ВБ 2.1.19.	Корпоративний (фірмовий) стиль	3,0	залік
ВБ 2.1.20.	Маркетинг в індустрії моди	3,0	залік
ВБ 2.1.21.	Маркетинг нерухомості	3,0	залік
ВБ 2.1.22.	Поведінка споживача	3,0	залік
ВБ 2.1.23.	Рекомендаційний маркетинг	3,0	залік
ВБ 2.1.24.	Антикризове управління	4,0	залік
ВБ 2.1.25.	Маркетинг послуг	4,0	залік
ВБ 2.1.26.	Маркетинг територій	3,0	залік
ВБ 2.1.27.	Основи бізнес-аналізу	4,0	залік
ВБ 2.1.28.	Маркетинг інновацій	4,0	залік
ВБ 2.1.29.	Маркетинг туризму	3,0	залік
ВБ 2.1.30.	Національна економіка	3,0	залік
ВБ 2.1.31.	Ситуаційний менеджмент	3,0	залік
Вибіркові навчальні дисципліни		**50,0**	
2.2. Навчальні дисципліни вільного вибору			
ВБ 2.2.1.	Базова загальновійськова підготовка громадян України, які здобувають вищу освіту (теоретична підготовка)*	3	залік
	Вибіркові навчальні дисципліни	**25,0**	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		**75,0**	
3. Атестація			
ОК.3.1.	**Кваліфікаційна робота**	**15,0**	**захист тези**
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240,0**	

* - обов'язкова дисципліна для здобувачів вищої освіти 2-го року навчання, чоловічої статі. Для інших здобувачів – вибіркова.

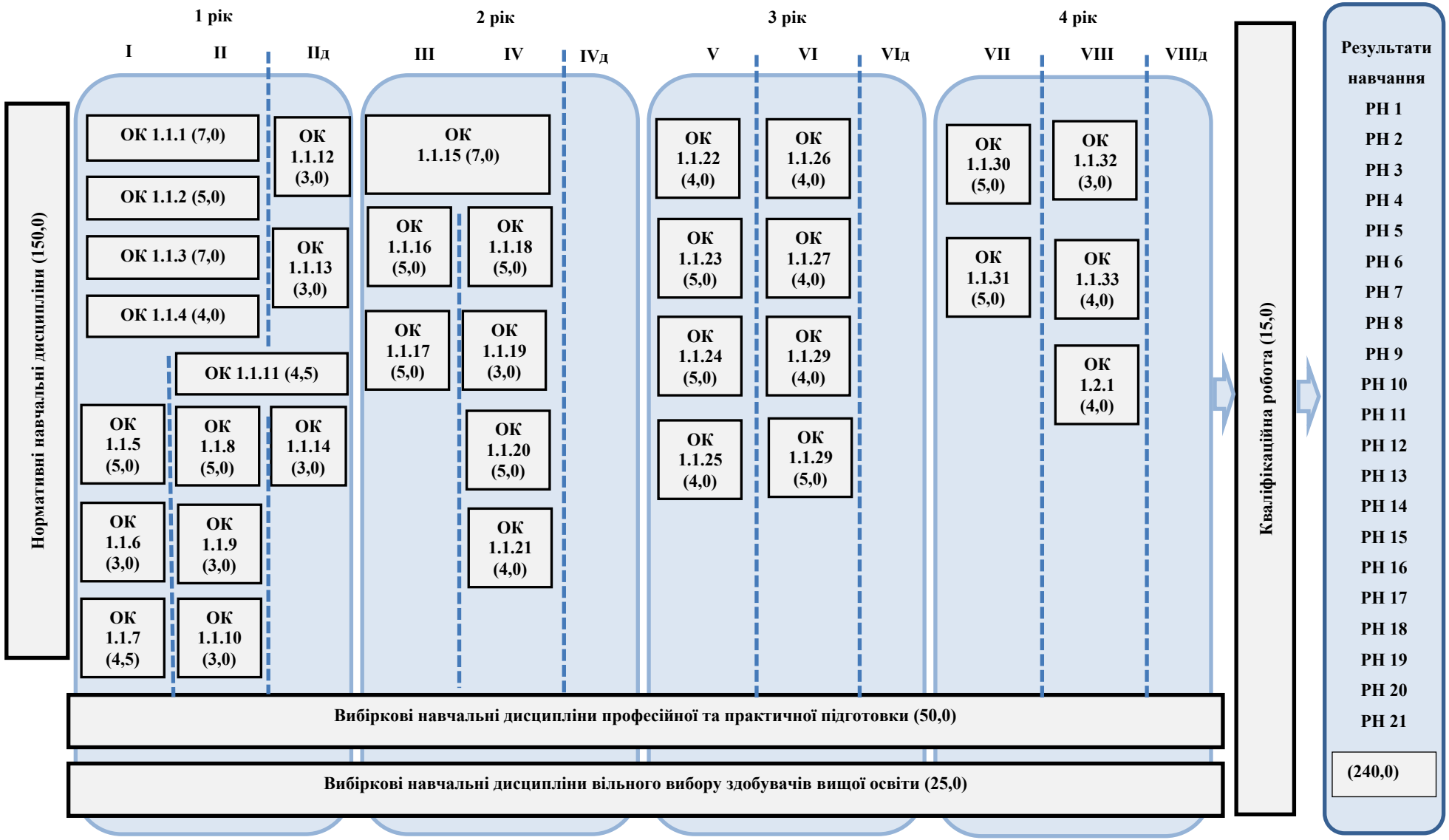

Рис. 2.2. Структурно-логічна схема підготовки фахівця

3. Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного менеджменту, 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 у репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей (ЗК, СК) компонентам освітньої програми (ОК)

	ОК 1.1.1	ОК 1.1.2	ОК 1.1.3	ОК 1.1.4	ОК 1.1.5	ОК 1.1.6	ОК 1.1.7	ОК 1.1.8	ОК 1.1.9	ОК 1.1.10	ОК 1.1.11	ОК 1.1.12	ОК 1.1.13	ОК 1.1.14	ОК 1.1.15	ОК 1.1.16	ОК 1.1.17	ОК 1.1.18	ОК 1.1.19	ОК 1.1.20	ОК 1.1.21	ОК 1.1.22	ОК 1.1.23	ОК 1.1.24	ОК 1.1.25	ОК 1.1.26	ОК 1.1.27	ОК 1.1.28	ОК 1.1.29	ОК 1.1.30	ОК 1.1.31	ОК 1.1.32	ОК 1.1.33	ОК 1.2.1	ОК 2.2.1	ОК 3.1
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК1.		+		+	+	+				+														+									+		+
ЗК2.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК3.			+	+	+	+	+	+	+	+	+			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК4.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК5.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК6.	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК7.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК8.				+	+		+		+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК9.				+				+			+									+		+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+		+
ЗК10.	+														+											+								+		+
ЗК11.	+	+	+	+			+	+				+	+		+					+	+	+	+			+		+	+	+		+	+	+		+
ЗК12.	+	+		+	+		+		+	+		+	+		+			+	+	+	+	+		+		+		+	+	+	+	+	+		+
ЗК13.	+			+			+								+						+	+				+			+				+	+		+
ЗК14.							+					+	+							+						+		+	+				+	+		+
ЗК15.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
ЗК16.				+				+					+																				+			+
ЗК17.																																			+	
СК1.				+			+	+				+									+	+						+	+	+	+	+	+	+		+
СК2.				+			+	+				+									+	+						+	+	+	+	+	+	+		+
СК3.				+			+	+				+									+	+				+		+	+	+	+	+	+	+		+
СК4.							+	+				+									+	+				+		+	+	+	+	+	+	+		+
СК5.				+			+	+				+									+	+				+		+	+	+	+	+	+	+		+
СК6.							+																			+		+	+					+		+

CK7.				+			+					+									+								+					+		+
CK8.				+			+															+							+					+		+
CK9.				+			+															+							+					+		+
CK10.				+			+														+	+						+	+					+		+
CK11.							+					+	+			+	+	+	+	+	+	+				+		+	+					+		+
CK12.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
CK13.				+									+												+	+			+					+		+
CK14.							+																					+	+	+	+	+	+	+		+
CK15.							+														+	+						+	+	+	+	+	+	+		+
CK16.				+			+														+	+						+	+	+	+	+	+	+		+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми (ОК)

	ОК 1.1.1	ОК 1.1.2	ОК 1.1.3	ОК 1.1.4	ОК 1.1.5	ОК 1.1.6	ОК 1.1.7	ОК 1.1.8	ОК 1.1.9	ОК 1.1.10	ОК 1.1.11	ОК 1.1.12	ОК 1.1.13	ОК 1.1.14	ОК 1.1.15	ОК 1.1.16	ОК 1.1.17	ОК 1.1.18	ОК 1.1.19	ОК 1.1.20	ОК 1.1.21	ОК 1.1.22	ОК 1.1.23	ОК 1.1.24	ОК 1.1.25	ОК 1.1.26	ОК 1.1.27	ОК 1.1.28	ОК 1.1.29	ОК 1.1.30	ОК 1.1.31	ОК 1.1.32	ОК 1.1.33	ОК 1.2.1	ОК 2.2.1	ОК 3.1
ПРН1.										+											+	+						+	+				+	+		+
ПРН2.				+	+		+			+		+	+	+			+				+	+	+	+		+		+	+		+	+	+	+	+
ПРН3.				+	+		+					+	+				+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+		+
ПРН4.				+	+		+					+		+			+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+		+
ПРН5.				+	+		+					+	+				+				+	+	+	+	+			+	+	+			+	+		+
ПРН6.					+																+	+	+	+	+		+	+	+	+			+	+		+
ПРН7.				+				+				+									+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+		+
ПРН8.				+			+					+	+									+	+					+	+	+			+	+		+
ПРН9.				+															+		+	+	+		+		+			+	+	+	+	+		+
ПРН10.		+		+	+	+	+			+		+	+	+			+		+	+		+	+		+	+	+	+			+	+	+	+		+
ПРН11.				+	+	+	+						+				+		+	+		+	+	+	+	+	+		+		+	+		+		+
ПРН12.			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+		+
ПРН13.				+	+	+		+	+	+			+	+		+	+	+	+	+			+		+	+	+		+	+	+	+	+	+		+
ПРН14.					+							+	+			+	+	+	+	+		+	+		+		+	+			+	+	+	+		+
ПРН15.					+							+	+	+						+								+	+		+	+	+	+		+
ПРН16.		+	+	+							+	+	+							+	+	+		+				+	+				+		+
ПРН17.	+	+										+	+		+					+	+	+		+		+		+	+	+				+		+
ПРН18.		+				+						+	+							+									+	+				+		+
ПРН19.																					+								+	+				+		+
ПРН20.	+		+	+					+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+			+				+				+		+
ПРН21.	+			+					+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		+	+					+		+
ПРН22.																																			+	