



**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор ВНЗ «НАУ»



Сергій ЄРОХІН

«30» квітня 2025 р.

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ ВНЗ «НАУ»

Протокол № 3/2 від 30.04.2025 р.

Київ 2025

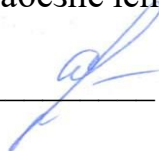
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньої програми

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Спеціалізація
Кваліфікація

Перший (бакалаврський)
D Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг
Бакалавр маркетингу

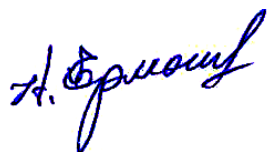
РЕКОМЕНДОВАНО

Групою забезпечення
зі спеціальності «Маркетинг»
член групи забезпечення, гарант програми


Тетяна СЕРКУТАН
29 квітня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри маркетингу,
економіки, управління та
адміністрування



Микола ЄРМОШЕНКО

«29» квітня 2025 р

ПОГОДЖЕНО

Начальник
Навчального відділу



Олексій БРАСЛАВЕЦЬ

«29» квітня 2025 р

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказом ректора ВНЗ «Національна академія управління» 24 - ОД від 30.04.2025р.

Ця освітня програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ВНЗ «Національна академія управління».

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма «Маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань Д «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D5 «Маркетинг» розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 (зі змінами відповідно до наказу МОН України №842 від 13.06.2024 р).

Освітня програма «Маркетинг» відповідає першому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти та шостому рівню Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 22.06.2020 р. №519).

Освітня програма «Маркетинг» побудована з урахуванням професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення № 1, протокол № 1).

Освітня програма «Маркетинг» розроблена групою забезпечення спеціальності D5 «Маркетинг» ВНЗ «Національна академія управління»:

Склад робочої групи ОП:

Гарант програми:

СЕРКУТАН Тетяна Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

Члени робочої групи:

ЕРМОШЕНКО Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

КОСТИНЕЦЬ Юлія Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професора кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

ДИШКО Петро-Віктор Костянтинович, представник студентського самоврядування;

ЄВСЄЄНКО Євген Геннадійович, голова наукового товариства студентів та аспірантів ВНЗ «Національна академія управління»;

ОГАНЕЗОВА Крістіна Бічіківна, здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня ОП «Маркетинг», 4 курс;

СТАДНІК Ярослав Олегович, випускник ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в 2024 році;

КОВАЛЕВСЬКА Яніна Петрівна – фундатор «Комора - перша галушкова мануфактура»;

ВОЙТОВИЧ Сергій Ярославович – кандидат економічних наук, професор,

професор кафедри маркетингу, Луцький національний технічний університет.

Рецензенти:

ЖУКОВ Святослав Августович - доктор економічних наук, професор, старший науковий співробітник, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту, ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

І. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D5 «МАРКЕТИНГ»

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління", факультет економіки та інформаційних технологій, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування;
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ECTS; • 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 ECTS; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ECTS. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-LLL – Level 6; FQ-EHEA – перший цикл
Форми здобуття освіти	Очна (денна), заочна
Передумови	Повна середня освіта
Мова викладання	Українська
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Галузь знань – D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність – D5 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг

Термін дії освітньої програми	3 роки 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nam.kyiv.ua/bakalavr-marketynh.html
2. МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Підготовка адаптивних, конкурентоспроможних фахівців, здатних здійснювати ефективну маркетингову діяльність у різних секторах економіки на основі поєднання аналітичних, цифрових, управлінських і комунікаційних компетентностей.	
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	• <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> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <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.
Орієнтація освітньої програми	Освітня програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну та проектну діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю в різних галузях і сферах.
Основний фокус освітньої програми	Загальна освіта за спеціальністю D5 «Маркетинг». Ключові слова: захист прав споживачів, збутова діяльність, комплекс маркетингу, маркетинг, маркетинг в галузях та сферах діяльності, маркетингова

	діяльність, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетинговий менеджмент, маркетингові дослідження, маркетингові комунікації, маркетингові рішення, мерчандайзинг міжнародний маркетинг, поведінка споживача, правове регулювання маркетингу, цифровий маркетинг.
Особливості програми	Освітня програма передбачає практичну підготовку сучасних фахівців, які володіють загальними та професійними компетентностями маркетингової діяльності на підприємствах та організаціях різних галузей та сфер діяльності, що досягається формуванням практичних навичок: 1. шляхом реалізації ознайомчої та навчальної практик на підприємствах, установах, організаціях; 2. участю у студентському науковому гуртку (проблемній групі) «Теорія і практика сучасного маркетингу»; 3. активним залученням до участі у всеукраїнських конкурсах наукових робіт, конкурсах для студентів, а також конференціях та форумах, що дає змогу практично реалізувати здобуті теоретичні знання; 4. розширеним переліком вибіркового освітніх компонент, що формують soft skills. (додаток 1). 5. семестр навчання за програмою міжнародної кредитної мобільності Erasmus+.
4. ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати за групами професій визначених Національним класифікатором професій ДК 003:2010 (додаток 2)
Академічні права випускників (подальше навчання)	Випускники мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання. Основними видами навчальних занять є: лекції, семінарські, практичні та лабораторні заняття, індивідуальна робота, дискусії, бізнес-симуляції, проектні роботи, майстер-класи, консультації. Домінуючим методом навчання є акцент на особистісному саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати роботи. Практична підготовка здійснюється шляхом проходження практики здобувачами на підприємствах, в установах та організаціях, що сприяє формуванню

	розуміння необхідності й готовності до самоосвіти у майбутньому.
Оцінювання	Поточне, підсумкове та атестація.
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.
Спеціальні (фахові) компетентності	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 кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
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.
8. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 31.10.2023 р. № 1134). До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база Академії відповідає санітарно-епідеміологічним нормам та вимогам пожежної безпеки провадження освітньої діяльності. В Академії забезпечено умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами. Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії. Освітній процес здійснюється в навчальних корпусах, на базах практик, забезпеченість складає 100%. Забезпеченість комп'ютерами наявного контингенту здобувачів вищої освіти та науково-педагогічного персоналу складає 100%, створено умови до вільного доступу до мережі Інтернет, діє Wi-Fi мережа. Освітній процес провадиться за розкладом з дотриманням норм охорони праці, санітарно-епідеміологічних правил і з урахуванням специфіки воєнного часу. Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується соціальною інфраструктурою: науковою бібліотекою, читальним залом, спортивним залом та стадіоном,

	актовою залогою, пунктом громадського харчування, медичним пунктом, гуртожитком, центром студентського самоврядування «SMART STUDENT HUB» та діяльністю Наукового товариства студентів і аспірантів. Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується функціонуванням в Академії інклюзивного універсального дизайну та розумного пристосування для потреб учасників освітнього процесу.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії. Науково-педагогічні та педагогічні працівники використовують корпоративне середовище Office 365 (підпрограми Google Meet, Google Class тощо), Zoom та інші для забезпечення освітнього процесу. Науковий супровід забезпечується доступом до участі у наукових заходах, що відбуваються за ініціативи чи підтримки Академії: можливість публікації у науковому фаховому виданні «Актуальні проблеми економіки» (категорії Б) та ряду міжнародних науково-практичних конференцій, семінарів та круглих столів. Інформаційне забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти відповідає технологічним вимогам ліцензійних умов щодо цього виду діяльності. Інформаційно-іміджеву підтримку забезпечує всеукраїнське молодіжне інформаційне видання – журнал «Я, Студент». В Академії працює веб-сайт, на якому розміщена інформація про її діяльність, освітні програми, силабуси навчальних дисциплін, інформація щодо вступу, вартості навчання, актуальна інформація для здобувачів вищої освіти та НПП, новини. Для перевірки дотримання принципів академічної доброчесності використовуються ліцензійний програмний продукт: «Plagiarism Detector».
9. АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється на загальних підставах в межах України на основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та ЗВО України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти зарубіжних країн. У ВНЗ «Національна академія управління» реалізуються програми міжнародної кредитної мобільності Erasmus+.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства.

10. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та освітньою програмою.
11. СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Процедури та заходи	Система внутрішнього забезпечення якості полягає у: 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 закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб; 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.
12. ВИМОГИ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ	
Професійний стандарт	На національному рівні освітня програма побудована з урахуванням професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», ГО «Українська Асоціація Маркетингу». На міжнародному рівні EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (ЕМС), і яка враховує рекомендації Європейської рамки кваліфікацій (EQF) та інших європейських кваліфікаційних проектів.
Особливості стандарту вищої освіти, пов'язані з наявністю даного Професійного стандарту	Перелік компетентностей та програмних результатів відповідає професійному стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» та дескрипторам Національної рамки кваліфікацій (НРК), яка співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF) та відповідає критеріям EMQF.

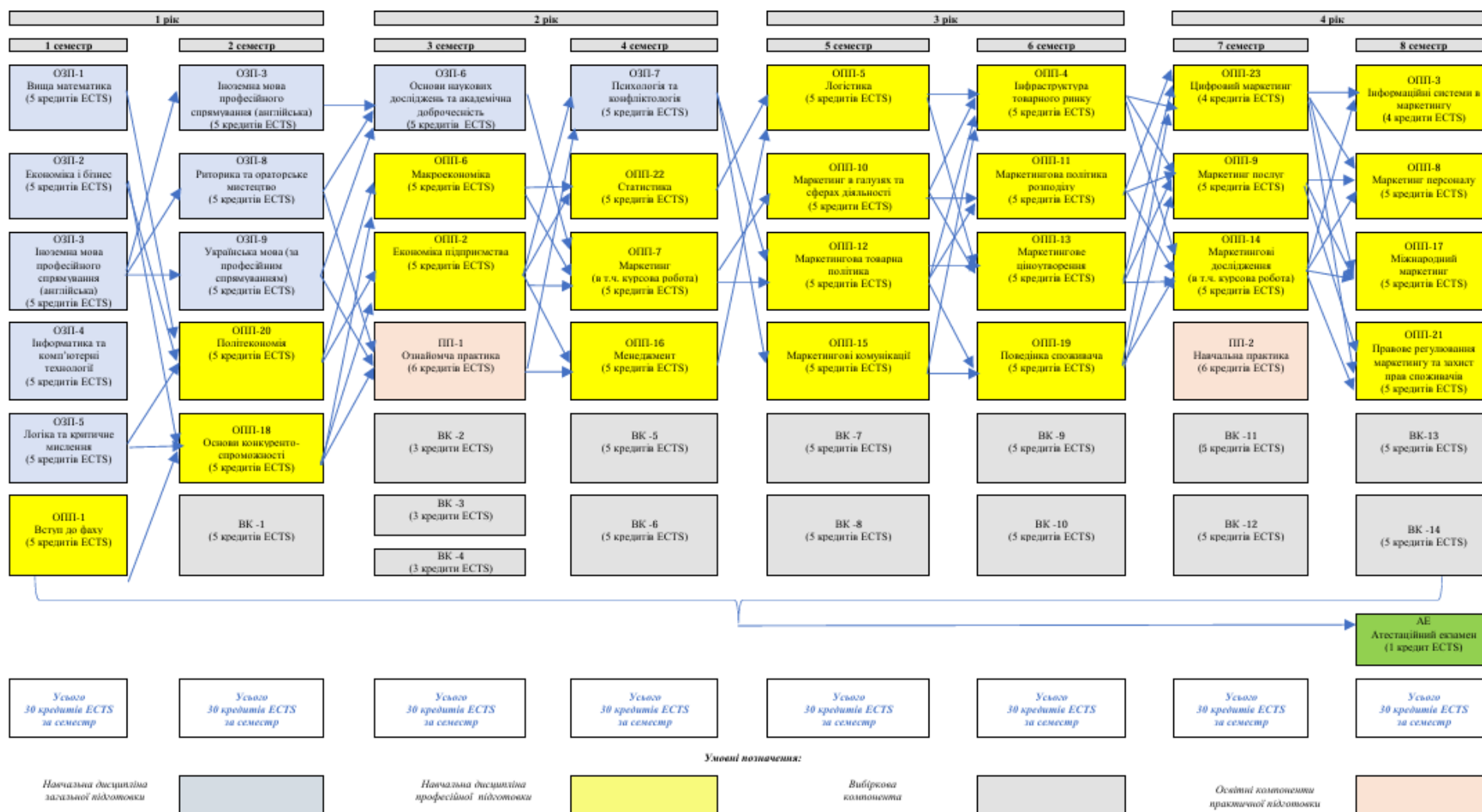
II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньої програми «Маркетинг»

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
1. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1.1. Обов'язкові навчальні дисципліни загальної підготовки			
ОЗП-1	Вища математика	5	екзамен
ОЗП-2	Економіка і бізнес	5	екзамен
ОЗП-3	Іноземна мова професійного спрямування (англійська)	10	диференційований залік/екзамен
ОЗП-4	Інформатика та комп'ютерні технології	5	диференційований залік
ОЗП-5	Логіка та критичне мислення	5	диференційований залік
ОЗП-6	Основи наукових досліджень та академічна добросесність	5	диференційований залік
ОЗП-7	Психологія та конфліктологія	5	диференційований залік
ОЗП-8	Риторика та ораторське мистецтво	5	диференційований залік
ОЗП-9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	5	диференційований залік
	Усього за ОЗП	50	
2. ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ			
2.1. Обов'язкові навчальні дисципліни професійної підготовки			
ОПП-1	Вступ до фаху	5	диференційований залік
ОПП-2	Економіка підприємства	5	екзамен
ОПП-3	Інформаційні системи в маркетингу	4	диференційований залік
ОПП-4	Інфраструктура товарного ринку	5	екзамен
ОПП-5	Логістика	5	диференційований залік
ОПП-6	Макроекономіка	5	екзамен
ОПП-7	Маркетинг (в т.ч. курсова робота)	5	екзамен
ОПП-8	Маркетинг персоналу	5	екзамен
ОПП-9	Маркетинг послуг	5	екзамен
ОПП-10	Маркетинг у галузях та сферах діяльності	5	екзамен
ОПП-11	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОПП-12	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОПП-13	Маркетингове ціноутворення	5	диференційований залік
ОПП-14	Маркетингові дослідження (в т.ч. курсова робота)	5	екзамен
ОПП-15	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОПП-16	Менеджмент	5	диференційований залік
ОПП-17	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ОПП-18	Основи конкурентоспроможності	5	диференційований залік
ОПП-19	Поведінка споживача	5	екзамен
ОПП-20	Політекономія	5	екзамен
ОПП-21	Правове регулювання маркетингу та захист прав споживачів	5	диференційований залік
ОПП-22	Статистика	5	екзамен
ОПП-23	Цифровий маркетинг	4	диференційований залік
	Усього за ОПП	113	

2.2. Освітні компоненти практичної підготовки			
ПП-1	Ознайомча практика	6	диференційований залік
ПП-2	Навчальна практика	6	диференційований залік
Усього за ПП		12	
3. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (Перелік вибіркових навчальних дисциплін Освітньої програми міститься у Додатку до ОП)			
ВК-1	Навчальна дисципліна за вибором 2 семестру	5	диференційований залік
ВК-2	Навчальна дисципліна за вибором 3 семестру	3	диференційований залік
ВК-3	Навчальна дисципліна за вибором 3 семестру	3	диференційований залік
ВК-4	Навчальна дисципліна за вибором 3 семестру	3	диференційований залік
ВК-5	Навчальна дисципліна за вибором 4 семестру	5	диференційований залік
ВК-6	Навчальна дисципліна за вибором 4 семестру	5	диференційований залік
ВК-7	Навчальна дисципліна за вибором 5 семестру	5	диференційований залік
ВК-8	Навчальна дисципліна за вибором 5 семестру	5	диференційований залік
ВК-9	Навчальна дисципліна за вибором 6 семестру	5	диференційований залік
ВК-10	Навчальна дисципліна за вибором 6 семестру	5	диференційований залік
ВК-11	Навчальна дисципліна за вибором 7 семестру	5	диференційований залік
ВК-12	Навчальна дисципліна за вибором 7 семестру	5	диференційований залік
ВК-13	Навчальна дисципліна за вибором 8 семестру	5	диференційований залік
ВК-14	Навчальна дисципліна за вибором 8 семестру	5	диференційований залік
Усього за ВНД		64	
4. АТЕСТАЦІЯ			
АЕ	Атестаційний екзамен	1	екзамен
Загальний обсяг освітньої програми		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми «Маркетинг»



2.3. Розподіл змісту освітньої програми за групами компонентів та циклами освітньої програми «Маркетинг»

№ п/п	Групи освітніх компонентів	Обсяг навчального навантаження			
		Обов'язкові освітні компоненти	Вибіркові освітні компоненти	Всього	%
1	2	3	4	5	6
1	Освітні компоненти загальної підготовки	50	-	50	20,8
2	Освітні компоненти професійної підготовки	113	64	177	73,7
3	Освітні компоненти практичної підготовки	12	-	12	5
4	Атестація	1	-	1	0,5
Всього кредитів		176	64	240	100
%		73,3	26,7	100	-

III. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ВІДПОВІДНОСТІ

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
ЗК15				АВ1
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

Таблица 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

[illegible]

Таблица 3

МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОП «МАРКЕТИНГ»

Обов'язкові освітні компоненти

	ОЗП-1	ОЗП-2	ОЗП-3	ОЗП-4	ОЗП-5	ОЗП-6	ОЗП-7	ОЗП-8	ОЗП-9	ОПП-1	ОПП-2	ОПП-3	ОПП-4	ОПП-5	ОПП-6	ОПП-7	ОПП-8	ОПП-9	ОПП-10	ОПП-11	ОПП-12	ОПП-13	ОПП-14	ОПП-15	ОПП-16	ОПП-17	ОПП-18	ОПП-19	ОПП-20	ОПП-21	ОПП-22	ОПП-23	ПП-1	ПП-2	АЕ	
3К 1		+					+	+																									+			
3К 2					+	+	+	+	+																								+			
3К 3	+			+	+		+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+		+		+			
3К 4	+	+		+	+			+		+		+			+		+	+	+		+	+		+		+	+		+		+		+			
3К 5						+																											+	+	+	
3К 6		+								+						+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+			+		+	
3К 7					+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		
3К 8	+					+																				+										
3К 9	+			+								+				+				+			+								+					
3К 10			+																																	
3К 11							+	+		+									+	+		+	+	+	+										+	
3К 12			+				+	+	+		+			+	+					+			+						+						+	
3К 13		+	+											+												+										
3К 14						+	+						+													+				+				+	+	
3К 15		+				+										+							+							+				+	+	+
СК 1	+									+						+												+					+	+	+	
СК 2			+		+		+	+		+			+	+			+	+	+							+		+			+		+	+		
СК 3	+	+					+							+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+		+	+					+	+	
СК 4							+							+		+		+	+	+	+	+	+	+											+	+
СК 5	+	+			+					+				+	+	+	+		+	+	+	+	+			+				+	+			+	+	+
СК 6												+														+						+				
СК 7											+		+			+	+			+	+	+	+		+							+			+	
СК 8												+	+	+	+			+		+	+		+		+	+			+						+	
СК 9				+								+						+		+	+		+		+				+							+
СК 10	+			+										+																	+					
СК 11							+	+			+		+		+			+	+			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
СК 12			+			+			+											+	+			+	+		+				+				+	
СК 13																			+	+			+	+	+					+					+	
СК 14																	+																			

Таблица 4

МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН)

ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОП «МАРКЕТИНГ»

Обов'язкові освітні компоненти

[illegible]

Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма «Маркетинг»

Нормативні акти України	1. Конституція України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://bit.ly/3zQ7BJT 2. Закон України «Про вищу освіту». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text 3. Закон України «Про освіту». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19 4. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» (в редакції від 21.02.2025 р №188). URL: https://numl.org/1gur 5. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п 6. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003: 2010ДК 003:2010. URL: http://www.dk003.com 7. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції від 31.10.2023 р. №1134) URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text
Професійні стандарти та забезпечення якості	1. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/Rbz 2. Наказ МОН України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» №842 від 13.06.2024р. https://numl.org/1gun 3. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення № 1, протокол № 1). https://numl.org/1guw 4. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/OaC 5. Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/OaD 6. EQF-LLL – European Qualifications Frameworkfor Lifelong Learning [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/OaE 7. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/OaF 8. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.unideusto.org/tuningeu/. 9. European Marketing Qualification Framework - [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/PqO

ДОДАТОК 1

**ПЕРЕЛІК ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН*
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»**

Здобувач вищої освіти повинен обрати 13 (14) навчальних дисциплін з переліку. Перелік побудований за логікою викладання навчальних дисциплін за семестрами, тобто розподілений відповідно до рекомендацій викладачів, у якому семестрі доцільно вивчати ту чи іншу навчальну дисципліну:

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 2 семестру (вибрати 1 (одну) навчальну дисципліну з семестрового переліку)			
ВНД-1	Етика бізнесу	5	диференційований залік
ВНД-2	Основи господарського законодавства	5	диференційований залік
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 3 семестру (вибрати 2/3 (дві/три) навчальні дисципліни з семестрового переліку)**			
ВНД-3	Базова загальна військова підготовка (БЗВП)***	3	диференційований залік
ВНД-4	Академічне письмо	3	диференційований залік
ВНД-5	Національна економіка	3	диференційований залік
ВНД-6	Основи сталого розвитку	3	диференційований залік
ВНД-7	Регіональна економіка	3	диференційований залік
ВНД-8	Соціологія	3	диференційований залік
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 4 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку)			
ВНД-9	Маркетинг в туризмі	5	диференційований залік
ВНД-10	Оптимізаційні методи та моделі	5	диференційований залік
ВНД-11	Психологія споживача	5	диференційований залік
ВНД-12	Управління конкурентоспроможністю	5	диференційований залік
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 5 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку)			
ВНД-13	Економічний аналіз	5	диференційований залік
ВНД-14	Маркетинг промислового підприємства	5	диференційований залік
ВНД-15	Соціально-етичний маркетинг	5	диференційований залік
ВНД-16	Сучасна комунікативістика	5	диференційований залік
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 6 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку)			
ВНД-17	Екологічний маркетинг	5	диференційований залік
ВНД-18	Економіка праці та соціально-трудові відносини	5	диференційований залік

ВНД-19	Інноваційний маркетинг	5	диференційований залік
ВНД-20	Корпоративне управління	5	диференційований залік
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 7 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку)			
ВНД-21	Комерційна діяльність та електронна комерція для малого та середнього бізнесу	5	диференційований залік
ВНД-22	Маркетинг в банку	5	диференційований залік
ВНД-23	Моделі підприємницької діяльності	5	диференційований залік
ВНД-24	Технології продажу товарів та послуг	5	диференційований залік
Вибіркові освітні компоненти (ВК) 8 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку)			
ВНД-25	Бізнес-планування для малого та середнього бізнесу	5	диференційований залік
ВНД-26	Маркетинг соціальних мереж	5	диференційований залік
ВНД-27	Товарознавство	5	диференційований залік
ВНД-28	Рекламна діяльність у малому та середньому бізнесу	5	диференційований залік
	Загальний обсяг вибірових навчальних дисциплін:		
	- жінки	64	
	- чоловіки	61	

Примітки:

*Здобувачі вищої освіти мають право вивчати навчальні дисципліни з Освітніх програм інших рівнів вищої освіти, галузей знань та спеціальностей, що регулюється п. 6.1. «Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін».

** Чоловіки обирають 2 (дві) дисципліни додатково до БЗВП; жінки обирають 3 (три) дисципліни з переліку

*** БЗВП є обов'язковою для вивчення здобувачами чоловічої статі.

Примітка 2: Частка професійно орієнтованих дисциплін на вибір повинна становити не менше 50% від навчальних дисциплін, які обираються здобувачами вищої освіти.

ДОДАТОК 2

**Групи професій
визначених Національним класифікатором професій ДК 003:2010
для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»**

Код і назва професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
1233	Керівники підрозділів маркетингу
1234	Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю
1237.1	Головні фахівці - керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники
1475.4	Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління
1476	Менеджери (управителі) з архітектури та будівництва, технічного контролю, аналізу та реклами
1476.1	Менеджери (управителі) з реклами
2419	Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності
2419.1	Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)
2419.2	Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності