

Шановні колеги, роботодавці, випускники, здобувачі та всі небайдужі!

Запрошуємо до обговорення освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на 2025-2026 навчальний рік.

Свої пропозиції та побажання щодо змін ОП просимо надсилати до 28.04.2025 року на електронну пошту гаранта mark1@nam.kiev.ua або керівництва Академії rector@nam.kiev.ua з поміткою “Пропозиції до освітніх програм”.

Дякуємо Вам за співпрацю!

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ОП «МАРКЕТИНГ»

| 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ | |
|--|--|
| Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ | Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління" |
| Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу | Бакалавр, Бакалавр маркетингу |
| Офіційна назва освітньої програми | Освітньо-професійна 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 |
| Передумови | Повна середня освіта |
| Мова викладання | Українська |
| Освітня кваліфікація | Бакалавр маркетингу |
| Кваліфікація в дипломі | Ступінь вищої освіти – бакалавр 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 висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням, необхідним для провадження маркетингової діяльності, та відповідними практичними компетентностями для інноваційного малого та середнього (переважно сімейного) бізнесу.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

| | |
|---|--|
| Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація) | <ul style="list-style-type: none"> • <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, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика 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 | Освітньо-професійна програма з прикладною |

| | |
|--|---|
| програми | орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну та проектну діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях. |
| Основний фокус освітньої програми | Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія. |
| Особливості програми | Освітньо-професійна програма передбачає практичну підготовку сучасних фахівців, які володіють загальними та професійними компетентностями маркетингової діяльності на підприємствах та організаціях у сфері малого та середнього бізнесу, що досягається формуванням практичних навичок: <ol style="list-style-type: none"> 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. розширеним переліком вибіркових освітніх компонент навчальними дисциплінами, що формують soft skills. (додаток 1). |
| 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 | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> |
| Спеціальні | СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати |

| | |
|---|--|
| <p>(фахові) компетентності</p> | <p>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.</p> |
| <p>7. ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ</p> | |
| <p>Програмні результати навчання</p> | <p>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.</p> |

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

| | |
|---|--|
| | <p>свобод особистості.</p> <p>ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> |
| 8. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ | |
| <p>Кадрове забезпечення</p> | <p>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 24.03.2021 р. № 365). До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p> |
| <p>Матеріально-технічне забезпечення</p> | <p>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.</p> <p>Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії.</p> <p>Освітній процес здійснюється в навчальних корпусах, на базах практик, забезпеченість складає 100%.</p> <p>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.</p> <p>Освітній процес провадиться за розкладом з дотриманням норм охорони праці.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується соціальною інфраструктурою: науковою бібліотекою, читальним залом, спортивним залом та стадіоном, актовою залою, пунктом громадського харчування, медичним пунктом, гуртожитком, центром студентського самоврядування «SMART STUDENT</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>НУВ» та діяльністю Наукового товариства студентів і аспірантів.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується функціонуванням в Академії інклюзивного універсального дизайну та розумного пристосування для потреб учасників освітнього процесу.</p> <p>Інформаційно-іміджеву підтримку забезпечує всеукраїнське молодіжне інформаційне видання – журнал «Я, Студент».</p> |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | <p>Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії.</p> <p>Науково-педагогічні та педагогічні працівники використовують корпоративне середовище Office 365 (підпрограми Google Meet, Google Class тощо), Zoom та інші для забезпечення освітнього процесу.</p> <p>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.</p> <p>Інформаційне забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти відповідає технологічним вимогам ліцензійних умов щодо цього виду діяльності.</p> <p>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.</p> <p>Наукова бібліотека використовує електронний каталог.</p> <p>Для перевірки дотримання принципів академічної доброчесності використовуються ліцензійні програмні продукти: «Plagiarism Detector».</p> |
| 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. |
| 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 освітньо-професійною 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 професійний стандарт відсутній. На міжнародному рівні EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (EMC), 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 дескрипторам Національної рамки кваліфікацій (НРК), яка співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF) та відповідає критеріям EMQF. |

II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

| Перелік компонент освітньо-професійної програми | | | |
|---|--|--------------------|--------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Код н/д | Компоненти освітньо-професійної 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 доброчесність | 4 | 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 | | 49 | |
| 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 | Інтернет-маркетинг для малого та середнього бізнесу | 4 | диференційований залік |
| ОПП-4 | Інформаційні системи в маркетингу | 4 | диференційований залік |
| ОПП-5 | Інфраструктура товарного ринку | 5 | екзамен |
| ОПП-6 | Логістика | 5 | диференційований залік |
| ОПП-7 | Макроекономіка | 5 | екзамен |
| ОПП-8 | Маркетинг (в т.ч. курсова робота) | 5 | екзамен |
| ОПП-9 | Маркетинг персоналу | 5 | екзамен |
| ОПП-10 | Маркетинг послуг | 5 | екзамен |
| ОПП-11 | Маркетинг промислового підприємства | 5 | екзамен |
| ОПП-12 | Маркетингова політика розподілу | 5 | екзамен |
| ОПП-13 | Маркетингова товарна політика | 5 | екзамен |
| ОПП-14 | Маркетингове ціноутворення | 5 | диференційований залік |
| ОПП-15 | Маркетингові дослідження (в т.ч. курсова робота) | 5 | екзамен |
| ОПП-16 | Маркетингові комунікації | 5 | екзамен |
| ОПП-17 | Менеджмент | 5 | диференційований залік |
| ОПП-18 | Міжнародний маркетинг | 5 | екзамен |
| ОПП-19 | Основи конкурентоспроможності | 5 | диференційований залік |
| ОПП-20 | Поведінка споживача | 5 | екзамен |
| ОПП-21 | Політекономія | 5 | екзамен |
| ОПП-22 | Статистика | 5 | екзамен |

| | | | |
|--|---|------------|--|
| ОПП-23 | Товарознавство у малому та середньому бізнесі | 5 | екзамен |
| Усього за ОПП | | 113 | |
| 2.2. Освітні компоненти практичної підготовки | | | |
| ПП-1 | Ознайомча практика | 6 | диференційований диференційований залік |
| ПП-2 | Навчальна практика | 6 | диференційований 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 диференційований залік |
| ВК-2 | Навчальна дисципліна за вибором 3 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-3 | Навчальна дисципліна за вибором 3 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-4 | Навчальна дисципліна за вибором 4 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-5 | Навчальна дисципліна за вибором 4 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-6 | Навчальна дисципліна за вибором 5 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-7 | Навчальна дисципліна за вибором 5 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-8 | Навчальна дисципліна за вибором 6 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-9 | Навчальна дисципліна за вибором 6 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-10 | Навчальна дисципліна за вибором 7 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-11 | Навчальна дисципліна за вибором 7 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-12 | Навчальна дисципліна за вибором 8 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| ВК-13 | Навчальна дисципліна за вибором 8 семестру | 5 | диференційований диференційований залік |
| Усього за ВКД | | 65 | |
| 4. АТЕСТАЦІЯ | | | |
| АЕ | Атестаційний екзамен | 1 | екзамен |
| Загальний обсяг освітньої програми | | 240 | |

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»

| 1 рік | | 2 рік | | 3 рік | | 4 рік | |
|---|---|---|---|---|--|---|--|
| 1 семестр | 2 семестр | 3 семестр | 4 семестр | 5 семестр | 6 семестр | 7 семестр | 8 семестр |
| ОЗП-1 Вища математика (5 кредитів ECTS) | ОЗП-3 Іноземна мова професійного спрямування (англійська) (5 кредитів ECTS) | ОЗП-6 Основи наукових досліджень та академічна доброчесність (4 кредити ECTS) | ОЗП-7 Психологія та конфліктологія (5 кредитів ECTS) | ОПП-6 Логістика (5 кредитів ECTS) | ОПП-5 Інфраструктура товарного ринку (5 кредитів ECTS) | ОПП-3 Інтернет-маркетинг для малого та середнього бізнесу (4 кредитів ECTS) | ОПП-4 Інформаційні системи в маркетингу (4 кредити ECTS) |
| ОЗП-2 Економіка і бізнес (5 кредитів ECTS) | ОЗП-8 Риторика та ораторське мистецтво (5 кредитів ECTS) | ОПП-7 Макроекономіка (5 кредитів ECTS) | ОПП-22 Статистика (5 кредитів ECTS) | ОПП-11 Маркетинг промислового підприємства (5 кредити ECTS) | ОПП-12 Маркетингова політика розподілу (5 кредитів ECTS) | ОПП-10 Маркетинг послуг (5 кредитів ECTS) | ОПП-9 Маркетинг персоналу (5 кредитів ECTS) |
| ОЗП-3 Іноземна мова професійного спрямування (англійська) (5 кредитів ECTS) | ОЗП-9 Українська мова (за професійним спрямуванням) (5 кредитів ECTS) | ОПП-2 Економіка підприємства (5 кредитів ECTS) | ОПП-8 Маркетинг (в т.ч. курсова робота) (5 кредитів ECTS) | ОПП-13 Маркетингова товарна політика (5 кредитів ECTS) | ОПП-14 Маркетингове ціноутворення (5 кредитів ECTS) | ОПП-15 Маркетингові дослідження (в т.ч. курсова робота) (5 кредитів ECTS) | ОПП-18 Міжнародний маркетинг (5 кредитів ECTS) |
| ОЗП-4 Інформатика та комп'ютерні технології (5 кредитів ECTS) | ОПП-21 Політекономія (5 кредитів ECTS) | ПП-1 Ознайомча практика (6 кредитів ECTS) | ОПП-17 Менеджмент (5 кредитів ECTS) | ОПП-16 Маркетингові комунікації (5 кредитів ECTS) | ОПП-20 Поведінка споживача (5 кредитів ECTS) | ПП-2 Навчальна практика (6 кредитів ECTS) | ОПП-23 Товарознавство у малому та середньому бізнесу (5 кредитів ECTS) |
| ОЗП-5 Логіка та критичне мислення (5 кредитів ECTS) | ОПП-19 Основи конкурентоспроможності (5 кредитів ECTS) | ВК -2 (5 кредитів ECTS) | ВК -4 (5 кредитів ECTS) | ВК -6 (5 кредитів ECTS) | ВК -8 (5 кредитів ECTS) | ВК -10 (5 кредитів ECTS) | ВК -12 (5 кредитів ECTS) |
| ОПП-1 Вступ до фаху (5 кредитів ECTS) | ВК -1 (5 кредитів ECTS) | ВК -3 (5 кредитів ECTS) | ВК -5 (5 кредитів ECTS) | ВК -7 (5 кредитів ECTS) | ВК -9 (5 кредитів ECTS) | ВК -11 (5 кредитів ECTS) | ВК -13 (5 кредитів ECTS) |
| <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> | АЕ Атестаційний екзамен (1 кредит ECTS) |
| | | | | | | | <i>Усього 30 кредитів ECTS за семестр</i> |

Умовні позначення:

Навчальна дисципліна загальної підготовки



Навчальна дисципліна професійної підготовки



Вибіркова навчальна дисципліна



Освітні компоненти практичної підготовки



2.3. Розподіл змісту освітньо-професійної програми за групами компонентів та циклами освітньо-професійної 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 | 49 | - | 49 | 20,5 |
| 2 | Освітні компоненти професійної підготовки | 113 | 65 | 178 | 74 |
| 3 | Освітні компоненти практичної підготовки | 12 | - | 12 | 5 |
| 4 | Атестація | 1 | - | 1 | 0,5 |
| Всього кредитів | | 175 | 65 | 240 | 100 |
| % | | 73 | 27 | 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 |
| 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 |

**МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН)
ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ 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 | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|----|---|---|---|---|
| ПРН1 | | | | | + | | + | | | + | | | | + | | | + | | + | + | | | | + | + | | | | | | | + | + | + | | | | | |
| ПРН2 | | + | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | | + | + | + | + | + | | | + | | | | | | + | + | + | | | | |
| ПРН3 | + | + | | + | + | | + | | | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | | | |
| ПРН4 | + | + | | + | | + | | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + | | + | + | + | + | + | + | + | | | |
| ПРН5 | | + | | | | | | | | | + | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | | |
| ПРН6 | | | | | | | | | | | + | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | | |
| ПРН7 | | + | | + | | | | | | | | + | + | | + | | + | | | + | + | + | + | + | + | + | | | | + | | | | | + | + | | | |
| ПРН8 | | | | + | | | + | | | | | + | | | | | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | | | + | | | + | + | | | |
| ПРН9 | + | + | | | | | + | | | | | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | | | | + | | | | | + | + | + | | |
| ПРН10 | | | + | | + | + | | | + | + | + | | | | + | + | + | + | + | + | + | | | | + | + | | | | + | + | | | | + | + | + | | |
| ПРН11 | | + | | | + | | | | | + | + | + | | + | | + | + | | | | | | | + | + | + | + | | | + | + | | | | + | + | + | | |
| ПРН12 | | | | | + | + | + | + | | + | | | | | | | + | | | | | | | + | + | + | + | | | | + | | | | + | + | + | | |
| ПРН13 | | | | | | | | | | + | | | | | | | | + | | | | | | | | + | + | | | | | | + | | | + | + | + | |
| ПРН14 | | | | | | | | | | + | | | + | | | | + | + | + | + | | + | + | + | + | | + | | | | | | | + | + | + | + | | |
| ПРН15 | | | + | | + | | + | + | + | + | | + | | | | | | + | + | | | | | | + | | + | | + | | | | | | + | + | + | + | |
| ПРН16 | | | + | + | | | + | | + | + | | + | | | | | + | + | | | | | | | | | | | + | | | | | | + | + | + | + | |
| ПРН17 | | | + | | + | + | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | + | + | + | + | |
| ПРН18 | | | | | + | | + | + | | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | | | | | + | + | + |

**Перелік нормативних документів, на яких базується
освітньо-професійна програма «Маркетинг»**

| | |
|--|--|
| <p>Нормативні акти України</p> | <ol style="list-style-type: none"> 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 освіти». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п#Text 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 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text 8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584) |
| <p>Професійні стандарти та забезпечення якості</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/Rbz 2. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf 3. Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf 4. EQF-LLL – European Qualifications Framework for Lifelong Learning [електронний ресурс]. – режим доступу: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf 5. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67; 6. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.unideusto.org/tuningeu/. 7. European Marketing Qualification Framework - [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/PqO |

**ПЕРЕЛІК ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»**

Здобувач вищої освіти повинен обрати 13 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 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку) | | | |
| ВНД-3 | Політологія | 5 | диференційований залік |
| ВНД-4 | Соціологія | 5 | диференційований залік |
| ВНД-5 | Національна економіка | 5 | диференційований залік |
| ВНД-6 | Регіональна економіка | 5 | диференційований залік |
| Вибіркові освітні компоненти (ВК) 4 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку) | | | |
| ВНД-7 | Психологія споживача | 5 | диференційований залік |
| ВНД-8 | Соціально-етичний маркетинг | 5 | диференційований залік |
| ВНД-9 | Оптимізаційні методи та моделі | 5 | диференційований залік |
| ВНД-10 | Маркетинг в туризмі | 5 | диференційований залік |
| Вибіркові освітні компоненти (ВК) 5 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку) | | | |
| ВНД-11 | Маркетинг у галузях та сферах діяльності | 5 | диференційований залік |
| ВНД-12 | Управління міжнародною конкурентоспроможністю | 5 | диференційований залік |

| | | | |
|--|--|-----------|------------------------|
| ВНД-13 | Сучасна комунікативістика | 5 | диференційований залік |
| ВНД-14 | Економічний аналіз | 5 | диференційований залік |
| Вибіркові освітні компоненти (ВК) 6 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку) | | | |
| ВНД-15 | Екологічний маркетинг | 5 | диференційований залік |
| ВНД-16 | Інноваційний маркетинг | 5 | диференційований залік |
| ВНД-17 | Корпоративне управління | 5 | диференційований залік |
| ВНД-18 | Економіка праці та соціально-трудові відносини | 5 | диференційований залік |
| Вибіркові освітні компоненти (ВК) 7 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку) | | | |
| ВНД-19 | Комерційна діяльність та електронна комерція для малого та середнього бізнесу | 5 | диференційований залік |
| ВНД-20 | Технології продажу товарів та послуг | 5 | диференційований залік |
| ВНД-21 | Моделі підприємницької діяльності | 5 | диференційований залік |
| ВНД-22 | Маркетинг в банку | 5 | диференційований залік |
| Вибіркові освітні компоненти (ВК) 8 семестру (вибрати 2 (дві) навчальні дисципліни з семестрового переліку) | | | |
| ВНД-23 | Маркетинг соціальних мереж | 5 | диференційований залік |
| ВНД-24 | Рекламна діяльність у сфері малого та середнього бізнесу | 5 | диференційований залік |
| ВНД-25 | Digital-маркетинг | 5 | диференційований залік |
| ВНД-26 | Бізнес-планування для малого та середнього бізнесу | 5 | диференційований залік |
| | Загальний обсяг вибірових навчальних дисциплін (13 навчальних дисциплін *5 кредитів ECTS) | 65 | |

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

***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 ОП «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 |