

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

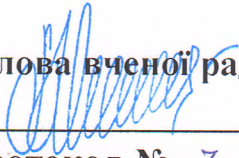
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

галузі знань *D Бізнес, адміністрування та право*
спеціальності *D5 Маркетинг*
освітня кваліфікація *Бакалавр маркетингу*

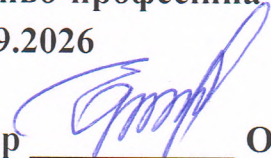
ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ



Голова вченої ради

 Володимир ОНИЩЕНКО
(протокол № 7 від «03» 06 2026 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з 01.09.2026

Ректор  Олена ФІЛОНІЧ
(наказ № 194 від «24» 06 2026 р.)

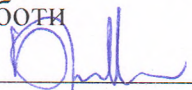
Полтава, 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Перший (бакалаврський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Бакалавр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>D Бізнес, адміністрування та право</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>D5 Маркетинг</u>
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>Бакалавр маркетингу</u>

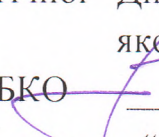
ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи


Богдан КОРОБКО
« 03 » 06 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор департаменту забезпечення якості вищої освіти

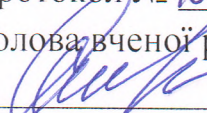

Олег МАКСИМЕНКО
« 03 » 06 2026 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Вченою радою

Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол № 10 від « 23 » 04 2026 р.

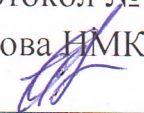
Голова вченої ради інституту

Світлана ОНИЩЕНКО

СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією

Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

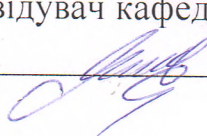
Протокол № 9 від « 14 » 04 2026 р.

Голова НМК інституту

Євгенія КАРПЕНКО

СХВАЛЕНО

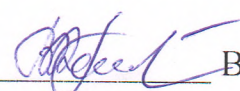
Кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол № 6 від « 25 » 03 2026 р.

Завідувач кафедри

Марина ЧИЖЕВСЬКА

РОЗРОБЛЕНО

Проектною (робочою) групою;
Керівник проектної (робочої) групи,
гарант освітньо-професійної програми


Вікторія ВАСЮТА
« 24 » 03 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 – Маркетинг, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. №1343.

Програму розроблено проєктною (робочою) групою у складі:

Керівник проєктної (робочої) групи:

Васюта Вікторія Борисівна – гарант освітньо-професійної програми, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу;

Члени проєктної (робочої) групи:

Добрянська Вікторія Вікторівна – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат технічних наук, доцент.

Івасенко Олена Анатоліївна – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат економічних наук.

До розробки освітньої програми були долучені:

Бойко Ю.О. – директор рекламної агенції «Бойко», засновник ТОВ «Полтава Медіа-маркет»

Романенко О.О. – співвласник рекламної агенції «Lamp Agency»;

Товстун В.В. – директор Полтавської філії Товариства з обмеженою відповідальністю «Метал Холдінг трейд»;

Олексенко С.О. – заступник начальника з реклами та розвитку Комунального підприємства «Полтава-сервіс» Полтавської міської ради;

Брижань І.А. – керівник проєктного офісу GIZ у м. Полтава проєкту «Інтегрований розвиток міст в Україні - II», доктор економічних наук, доцент;

Бур'ян Анна - випускниця спеціальності 075 «Маркетинг»;

Корнієнко Наталія – випускниця спеціальності 075 «Маркетинг»;

Кубрак Надія – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг».

Зовнішні рецензенти:

ТОВ «Полтавська філія Металхолдінгтрейд»

Сумський державний університет

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ТОВ «Полтава Медіа-маркет»

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1.1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
Рівень вищої освіти	Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Тип освітньої програми	освітньо-професійна
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми	https://nupp.edu.ua/page/litsenzuvannya-ta-akreditatsiya.html
Форми здобуття освіти та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Очна (денна) – 3 роки, 10 місяців Заочна – 3 роки, 10 місяців Дистанційна – 3 роки, 10 місяців
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – «Маркетинг»
Опис предметної області	Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності Теоретичний зміст предметної області: 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 і формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права випускників	Можливість продовження навчання на другому (освітньо-професійному) рівні вищої освіти та здобувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти
Кількість кредитів за Європейською кредитно-трансферною системою, необхідних для виконання програми	240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Акредитовано - Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, - сертифікат про акредитацію від 02.05.2025 №11628 - термін дії до 01.07.2029
Цикл / рівень	НПК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою	Повна загальна середня освіта (3 рівень НКР) або вищий рівень
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію освітньої програми 01.07.2029
1.2. Цілі освітньої програми	
Цілі освітньої програми	Цілі освітньої програми полягають у підготовці кваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасними знаннями, економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження

	ефективної маркетингової діяльності суб'єктами господарювання усіх сфер економічної діяльності і маркетингового супроводження стратегічного управління розвитком територіальних громад
1.3. Характеристика освітньої програми	
Орієнтація освітньої програми	Програма має прикладну орієнтацію з елементами академічної. Освітньо-професійна програма базується на циклах загальної та професійної підготовки, які необхідні для формування здобувачів освіти як самостійних, ініціативних членів суспільства, здатних ефективно взаємодіяти у виконанні професійних та соціальних завдань, орієнтуватись у сучасному суспільстві, інформаційному просторі, динаміці ринку праці, подальшому здобутті освіти.
Основний фокус освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» забезпечує вищу освіту з акцентом на отримання фундаментальних знань із загальноекономічних і фахових дисциплін та навичок практичної роботи для формування професійних компетентностей у сфері маркетингу. Фокус освітньо-професійної програми сконцентровано на отриманні загальних і спеціальних компетентностей, які забезпечують підготовку фахівців маркетингологів-аналітиків у сфері бізнесу та креативної економіки й супроводження стратегічного управління розвитком територіальних громад. Ключові слова: маркетинг, аналітика, дослідження, управління, бізнес, креативна економіка, бізнес-планування, дослідження, управління продажами, ризики.
Особливості та відмінності програми	Освітньо-професійна програма орієнтується на сучасні наукові дослідження у сфері маркетингу, враховує актуальні тенденції розвитку маркетингу за галузевим, територіальним та міжнародним аспектами із залучення до освітнього процесу спеціалістів-практиків (професіоналів) й інших стейкхолдерів. Особливість освітньо-професійної програми полягає у забезпеченні набуття здобувачами ступеня вищої освіти «бакалавр» додаткових компетентностей щодо використання інструментів маркетингу в сфері ефективного адміністрування й раціонального управління розвитком територіальних громад. Здобувачі вищої освіти мають можливість вибудувати унікальну індивідуальну освітню траєкторію шляхом вибору навчальних дисциплін з відкритого каталогу університету та вибору одного із 3-х наборів професійно-орієнтованих навчальних дисциплін: «Маркетинг в

	креативних індустріях», «Маркетинг бізнес-процесів» та «Публічний маркетинг та комунікації», що поглиблюють опанування сучасних знань, практичного досвіду й управлінських умінь ведення самостійної маркетингової діяльності в креативних індустріях і аналітичного супроводження бізнес-процесів суб'єктів господарювання
1.4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування	
Можливості працевлаштування за здобутою освітою	Фахівці готуються для організаційної, управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Випускник ступеня вищої освіти «бакалавр» після успішного опанування освітньо-професійної програми здатний виконувати професійну роботу фахівця та відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: 2419.2 Консультант з маркетингу / Рекламист / Фахівець із методів розширення ринку збуту (маркетолог) / Фахівець із зв'язків із громадськістю та пресою / Фахівець-аналітик із дослідження товарного ринку 3415 Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний 3419 Організатор зі збуту 3429 Агент рекламний / Представник з реклами / Торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 3442 Інспектор з контролю за цінами.
1.5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проведення лекційних, практичних та лабораторних занять; організація круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення здобувачів вищої освіти до участі в конкурсах, олімпіадах та науково-практичних конференціях. Залучення до проведення занять кваліфікованих фахівців-практиків. Заняття переважно відбуваються в малих групах з предметними дискусіями. Застосовуються інноваційні технології дистанційного навчання з використанням онлайн-платформ для проведення занять.
Оцінювання	Форми контролю: письмові екзамени (тестування, вирішення проблемних завдань, розв'язання певної прикладної задачі), усне опитування, заліки, поточні контрольні роботи та тестування, розрахункові роботи, презентації, звіти з практик, публічний захист курсових робіт, складання кваліфікаційного екзамену. Види контролю: поточний та підсумковий контроль.

	Шкала оцінювання: оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою, шкалою ЄКТС (ECTS) – A, B, C, D, E, FX, F; національною 4-х бальною шкалою - «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»
1.6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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 (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 соціально відповідально та свідомо ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти,

	дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не доброчесності ЗК16. Здатність до національного спротиву
Спеціальні (фахові) компетентності (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 маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Додаткова спеціальна компетенція	СК15. Здатність використовувати інструменти маркетингу в сфері ефективного адміністрування й раціонального управління розвитком територіальних громад.
1.7. Програмні результати навчання	
Програмні результати	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

навчання (Р)

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Р15. 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. P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
<i>Додатковий програмний результат навчання</i>	P19. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини між органами місцевого самоврядування, бізнесом та громадою.
1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Основні характеристики кадрового забезпечення	До реалізації освітньої програми залучені науково-педагогічні працівники, які мають вчені звання та / або наукові ступені. До викладання професійно-орієнтованих дисциплін залучаються викладачі-практики. Освітня та/або професійна кваліфікація науково-педагогічних працівників, що залучені до реалізації освітніх компонентів освітньої програми, повністю відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 №365)
Основні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Використання лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою; навчальних аудиторій для проведення практичних та лабораторних занять з використанням персональних комп'ютерів. Використання прикладного програмного забезпечення: Google Analytics, Google Ads, Trello, Canva, Meta for business, POW TOON, VistaCreate, Stripo, Notion
Основні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	Усі освітні компоненти забезпечені навчально-методичними розробками науково-педагогічних працівників університету – методичними вказівками, конспектами лекцій, навчальними посібниками, підручниками. Навчальні матеріали з кожного освітнього компонента освітньої програми розміщені на платформі дистанційного навчання Moodle. Здобувачі вищої освіти отримують

	повний доступ до електронної бібліотеки університету. Індивідуальний навчальний план та персональний розклад занять доступні в особистому електронному кабінеті здобувача.
1.9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» в межах України та згідно з Положенням про порядок реалізації здобувачами вищої освіти (наукового ступеню) та працівниками Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» права на академічну мобільність. https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/doc/polozhennia/akademichna-mobilnist.pdf
Міжнародна кредитна мобільність	Може реалізовуватися здобувачами вищої освіти відповідно до укладених угод Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» та угоди (Еразмус+K1) у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах поза межами України та згідно з Положенням про порядок реалізації здобувачами вищої освіти (наукового ступеню) та працівниками Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» права на академічну мобільність. https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/doc/polozhennia/akademichna-mobilnist.pdf
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства

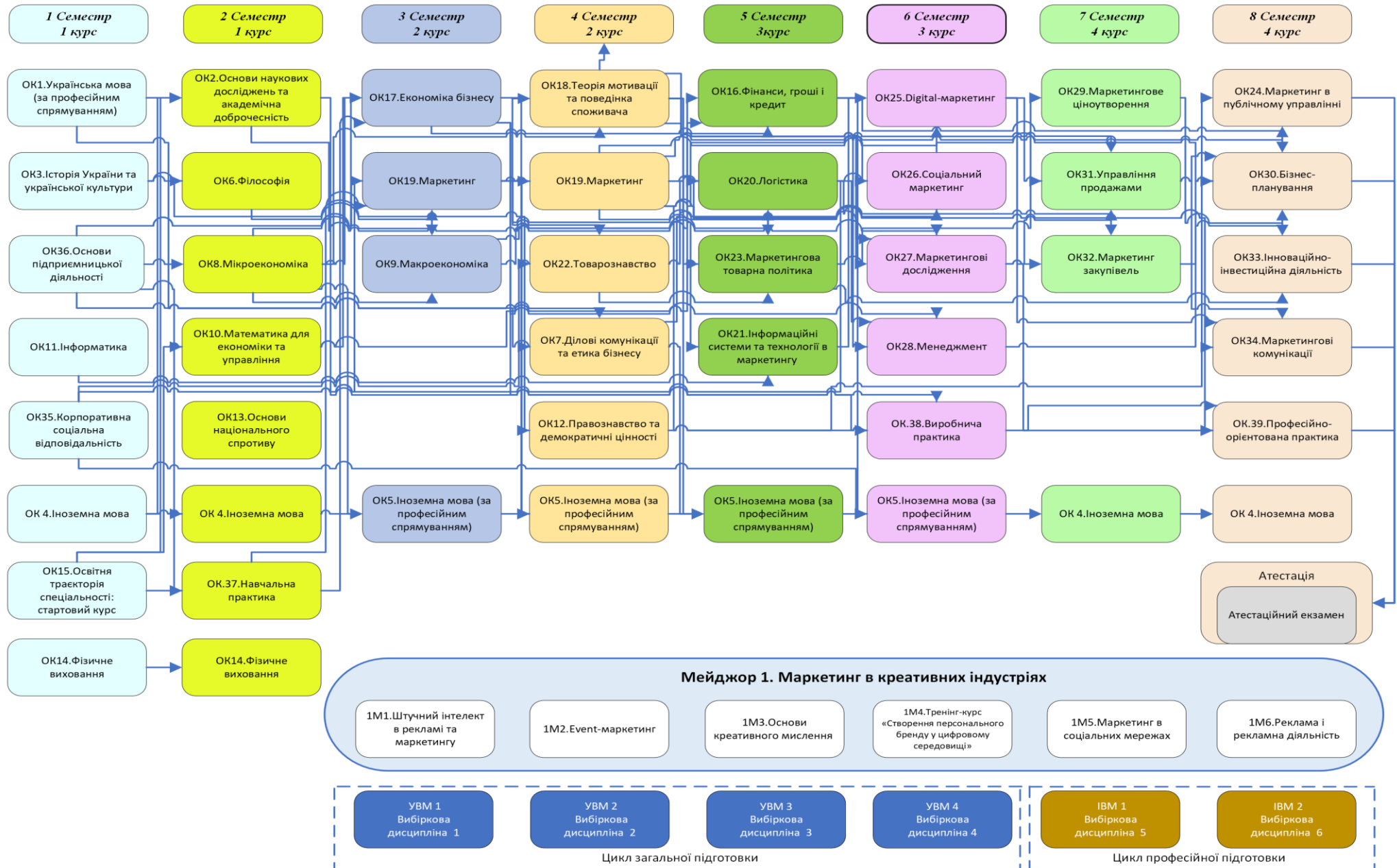
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми

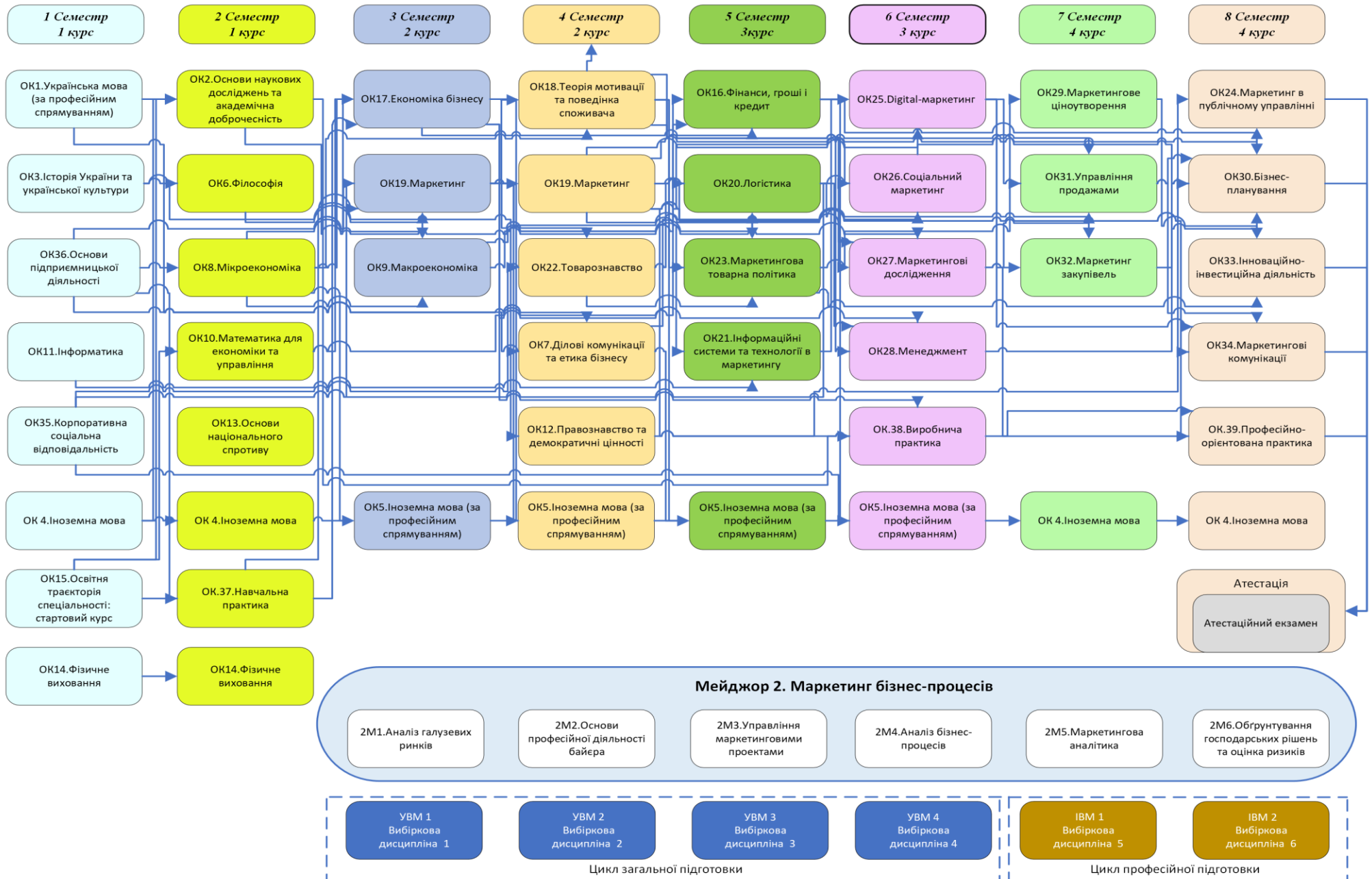
Код о/к	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ			
1.1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
OK1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
OK2	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	6	екзамен
OK3	Історія України та української культури	3	диф. залік
OK4	Іноземна мова	8	екзамен
OK5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8	екзамен
OK6	Філософія	3	екзамен
OK7	Ділові комунікації та етика бізнесу	3	екзамен
OK8	Мікроекономіка	5	екзамен
OK9	Макроекономіка	5	екзамен
OK10	Математика для економіки та управління	6	екзамен
OK11	Інформатика	5	екзамен
OK12	Правознавство та демократичні цінності	5	диф. залік
OK13	Основи національного спротиву	5	диф. залік
OK14	Фізичне виховання	4	диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент загальної підготовки		69	
1.2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
OK15	Освітня траєкторія спеціальності: стартовий курс	4	диф. залік
OK16	Фінанси, гроші і кредит	5	екзамен
OK17	Економіка бізнесу	6	КР; екзамен
OK18	Теорія мотивації та поведінка споживача	4	екзамен
OK19	Маркетинг	9	КР, екзамен
OK20	Логістика	4	екзамен
OK21	Інформаційні системи та технології в маркетингу	3	екзамен
OK22	Товарознавство	4	екзамен
OK23	Маркетингова товарна політика	4	КР, екзамен
OK24	Маркетинг в публічному управлінні	4	екзамен
OK25	Digital-маркетинг	5	екзамен
OK26	Соціальний маркетинг	4	екзамен
OK27	Маркетингові дослідження	5	КР, екзамен
OK28	Менеджмент	3	диф. залік
OK29	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
OK30	Бізнес-планування	4	екзамен
OK31	Управління продажами	6	КР, екзамен
OK32	Маркетинг закупівель	4	екзамен
OK33	Інноваційно-інвестиційна діяльність	4	екзамен
OK34	Маркетингові комунікації	4	КР, екзамен
OK35	Корпоративна соціальна відповідальність	4	екзамен
OK36	Основи підприємницької діяльності	5	екзамен
OK37	Навчальна практика	3	диф. залік
OK38	Виробнича практика	3	диф. залік

OK39	Професійно-орієнтована практика	6	диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент професійної підготовки		111	
Загальний обсяг обов'язкових компонент загальної та професійної підготовки		180	
2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ			
2.1 ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
УВМ1	Вибіркова дисципліна 1	4	диф. залік
УВМ2	Вибіркова дисципліна 2	4	диф. залік
УВМ3	Вибіркова дисципліна 3	4	диф. залік
УВМ4	Вибіркова дисципліна 4	4	диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент загальної підготовки		16	
2.2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ІВМ1	Вибіркова дисципліна 5	4	диф. залік
ІВМ2	Вибіркова дисципліна 6	4	диф. залік
Мейджор 1. Маркетинг в креативних індустріях			
1М1	Штучний інтелект в рекламі та маркетингу	6	диф. залік
1М2	Event-маркетинг	6	диф. залік
1М3	Основи креативного мислення	6	диф. залік
1М4	Тренінг-курс «Створення персонального бренду у цифровому середовищі»	6	диф. залік
1М5	Маркетинг в соціальних мережах	6	диф. залік
1М6	Реклама і рекламна діяльність	6	диф. залік
Мейджор 2. Маркетинг бізнес-процесів			
2М1	Аналіз галузевих ринків	6	диф. залік
2М2	Основи професійної діяльності байєра	6	диф. залік
2М3	Управління маркетинговими проектами	6	диф. залік
2М4	Аналіз бізнес-процесів	6	диф. залік
2М5	Маркетингова аналітика	6	диф. залік
2М6	Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків	6	диф. залік
Мейджор 3. Публічний маркетинг та комунікації			
3М1	Державне управління	6	диф. залік
3М2	Комунікація та взаємодія в публічному управлінні	6	диф. залік
3М3	Геобрандинг та територіальний маркетинг	6	диф. залік
3М4	Тренінг-курс «Фандрейзинг: як залучити ресурси для розвитку територій»	6	диф. залік
3М5	Маркетинг підприємств (організацій, установ) комунальної власності	6	диф. залік
3М6	Маркетинг стартапів	6	диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент професійної підготовки		44	
Загальний обсяг вибірових компонент загальної та професійної підготовки		60	
ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

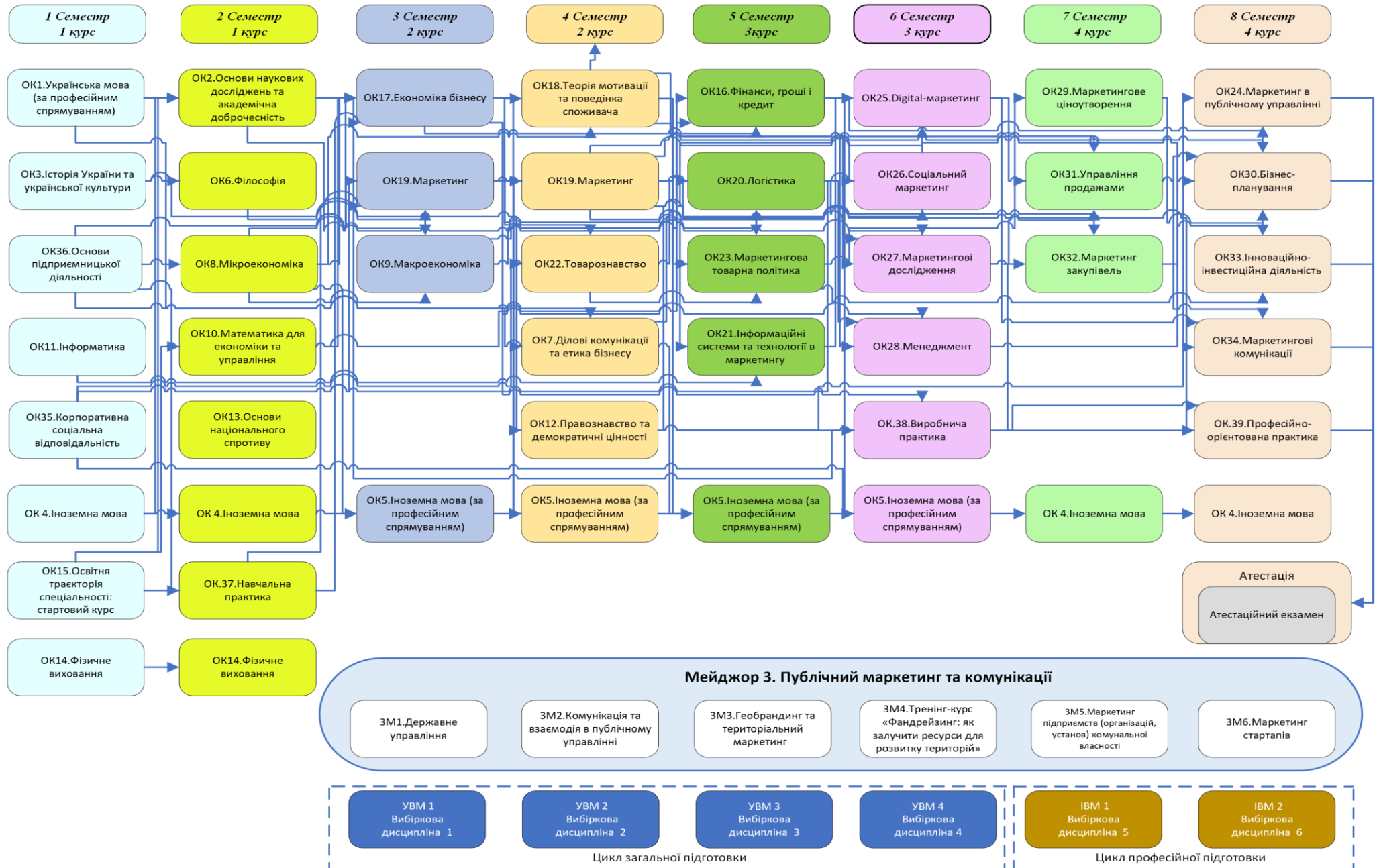
2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (індивідуальна освітня траєкторія за блоком вибірових освітніх компонент 1)



(індивідуальна освітня траєкторія за блоком вибірових освітніх компонент 2)



(індивідуальна освітня траєкторія за блоком вибірових освітніх компонент 3)



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів здійснюється у формі атестаційного екзамену (екзаменів) та завершується видачею документів встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавр із присвоєнням освітньої кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Атестаційний екзамен за спеціальністю D5 Маркетинг оцінює досягнення результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 – Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39				
IK	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		
3K1		•	•			•	•					•																						•									
3K2		•	•			•								•																						•							
3K3								•	•	•						•	•	•	•	•	•	•	•																•	•	•	•	
3K4		•	•			•		•	•	•	•				•			•	•	•		•	•			•	•	•				•	•					•	•	•	•	•	
3K5																	•						•			•	•	•							•				•	•	•	•	
3K6																	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•						•				•	•	•	•		
3K7								•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•						•			•	•	•	•	
3K8																		•				•	•				•	•	•									•	•	•	•		
3K9	•			•	•						•						•				•	•	•	•		•	•	•				•	•	•	•			•	•	•	•		
3K10				•	•																																						
3K11														•														•					•										
3K12					•							•																							•						•		
3K13					•															•												•		•									
3K14		•				•	•					•							•							•	•		•						•	•	•	•	•	•	•		
3K15		•	•	•			•					•															•									•		•	•	•	•		
3K16													•																														
CK1																			•			•	•	•	•	•		•			•	•		•				•	•	•	•		
CK2																			•	•			•	•			•	•									•	•	•	•			
CK3																			•	•			•					•				•		•					•	•	•	•	
CK4																				•			•						•						•					•	•	•	
CK5																		•	•		•								•			•		•	•				•	•	•	•	
CK6																			•	•			•				•	•											•	•	•	•	
CK7																	•		•	•			•				•	•					•		•				•	•	•	•	
CK8																	•									•				•				•					•	•	•	•	
CK9																									•	•						•								•	•	•	
CK10																					•				•	•	•	•	•						•				•	•	•	•	
CK11								•	•										•	•						•	•		•				•					•	•	•	•		
CK12	•			•							•																		•									•	•	•	•		
CK13																									•									•	•	•					•	•	
CK14																			•						•	•	•	•		•											•	•	•
CK15																			•						•	•	•	•	•					•	•	•					•	•	•

• – компетентність, яка набувається;

ОК_j – j номер компоненти освітньо-професійної програми;

ЗК_i – номер компетентності у списку загальних компетентностей профілю програми;

СК_i – номер компетентності у списку спеціальних компетентностей профілю програми.

5. Матриця відповідності програмних результатів навчання компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39			
P 1															•			•	•			•	•	•	•	•											•	•	•			
P 2								•	•	•								•	•	•			•		•	•	•						•					•	•	•		
P 3									•							•	•		•	•	•		•	•	•	•	•												•	•	•	
P 4											•						•		•	•			•	•	•	•	•						•							•	•	•
P 5								•	•									•			•		•	•	•	•	•													•	•	•
P 6																•	•		•	•			•		•	•	•		•	•	•	•								•	•	•
P 7											•										•	•			•	•	•							•				•	•	•		
P 8																			•						•	•	•						•	•						•	•	•
P 9																	•							•																	•	
P 10	•			•	•												•	•	•	•	•		•				•					•						•	•	•	•	
P 11												•			•	•	•	•		•						•			•	•	•		•							•	•	•
P 12		•	•	•	•	•				•	•			•				•			•						•							•	•			•	•	•	•	
P 13																	•							•	•	•	•			•				•			•		•	•	•	
P 14																			•		•						•			•	•											
P 15		•	•			•	•					•		•													•								•							
P 16		•						•	•	•					•				•		•	•	•			•	•												•	•	•	
P 17	•			•	•																																		•	•	•	
P 18		•	•			•	•												•															•		•		•	•	•	•	
P 19							•	•																	•	•	•	•		•			•	•	•					•	•	•

• – програмний результат, який набувається;

OKj – j номер компоненти освітньо-професійної програми;

Pi – номер програмного результату навчання в списку профілю програми.