

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ АКАДЕМІКА ЮРІЯ БУГАЯ»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ»
(нова редакція)**

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради
_____ Вероніка ХУДОЛЕЙ
(протокол № _____
від «__» _____ 20__ р.)

Освітня програма вводиться в дію
з «__» _____ 20__ р.
Президент МНТУ
_____ Владислав БУГАЙ
(наказ № _____ від «__» _____ 20__ р.)

Ваші пропозиції та рекомендації надсилати за адресами:
o.karpenko@istu.edu.ua – гарант освітньої програми,
n.borodenko@istu.edu.ua – начальник відділу якості освіти.

Київ -

ЗМІСТ

1. Профіль освітньої програми

- 1.1. Загальна інформація
- 1.2. Мета освітньої програми
- 1.3. Характеристика освітньої програми
- 1.4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання
- 1.5. Викладання та оцінювання
- 1.6. Програмні компетентності
- 1.7. Програмні результати навчання
- 1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми
- 1.9. Академічна мобільність

2. Атестація здобувачів вищої освіти

- 2.1. Форми атестації здобувачів вищої освіти
- 2.2. Вимоги до атестаційного екзамену

3. Опис системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

4. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

5. Додатки

- 5.1. Перелік компонент освітньої програми
- 5.2. Структурно-логічна схема освітньої програми
- 5.3. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми
- 5.4. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1.1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Заклад вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая» (ЗВО «МНТУ»). Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Повна назва партнерів (закладів освіти, наукових установ) (для спільних ОП)	-
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація (за наявності)	-
Офіційна назва освітньої програми	Діджитал маркетинг
Форми здобуття освіти, розрахунковий строк виконання освітньої програми/нормативний термін навчання	Інституційна (очна, заочна). Розрахунковий строк виконання освітньо-професійної програми становить 3 роки 10 місяців.
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	-
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Діджитал маркетинг
Рівень кваліфікації	6 рівень Національної рамки кваліфікацій України (НРК України), перший цикл Європейського простору вищої освіти (FQЕНЕА), 6 рівень Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL).
Обсяг освітньої програми у кредитах ЄКТС	Обсяг освітньо-професійної програми становить 240 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про умовну (відкладену) акредитацію № 8780 виданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти 25.06.2024 р., термін дії 25.06.2025 р.
Вимоги до осіб, які	Наявність повної загальної середньої освіти; освітньо-

можуть розпочати навчання за програмою	професійного ступеня фахового молодшого бакалавра, освітнього ступеня молодшого бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста.
Тип диплома (за необхідності)	-
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://istu.edu.ua/

1.2. Мета освітньої програми

Підготовка соціально-відповідальних фахівців, які володіють сучасними, затребуваними на ринку праці soft та hard skills, необхідними для вирішення складних спеціалізованих задач і практичних проблем, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у сфері маркетингової діяльності, та здатних застосовувати інструменти діджитал маркетингу для розробки та реалізації креативних маркетингових рішень в умовах діджиталізації бізнесу.

1.3. Характеристика освітньої програми

Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> • 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 та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та 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.
--------------------------------	---

<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Програма сфокусована на підготовці соціально-відповідальних фахівців у сфері маркетингу в умовах діджиталізації бізнесу, здатних раціонально вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми на базі застосування набутих soft та hard skills задля формування релевантного маркетингового бекграунду для просування товарів та послуг офлайн та онлайн.</p> <p>Ключові слова: економічна теорія, вища та прикладна математика, мікроекономіка, макроекономіка, теорія ймовірності і математична статистика, економко-математичні методи та моделі, маркетинг, економка бізнесу, гроші і кредит, корпоративні фінанси, менеджмент, статистика, маркетингова товарна політика, маркетингова політика комунікацій, розподілу і збуту, маркетингова цінова політика, маркетингові дослідження, інноваційне підприємництво та управління стартап проектами, поведінка споживача, основи веб-технологій та веб-дизайн, електронна комерція, міжнародний маркетинг, діджитал маркетинг, бухгалтерський облік і аудит, міжнародний маркетинг, креативне бізнес-мислення, соціально-етичний маркетинг, стратегічний маркетинг.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Ґрунтовна теоретична та практична підготовка соціально-відповідальних фахівців у сфері маркетингу на основі вивчення дисциплін, що враховують специфіку процесів діджиталізації маркетингової діяльності в сучасному контексті.</p> <p>Включає обов'язкове проходження навчальної та виробничої практик.</p>
<p>1.4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Рівень підготовки бакалавру маркетингу і набуті ним інтегральна, загальні та фахові компетентності дозволяють обіймати посади та виконувати роботу відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010:</p> <p>1475.4 – менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління;</p> <p>1476.1 – менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>2419.2 – консультант з маркетингу; рекламист; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку;</p> <p>3419 – організатор із збуту;</p>

	3429 – представник з реклами; агент рекламний; торговець (обслуговування бізнесу та реклами).
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання з використанням студентоцентричного підходу. Проблемно-орієнтоване та лекційно-практичне навчання інтерактивно-пізнавального та дослідницького характеру. Навчання на основі самостійної роботи за допомогою підручників, фахової літератури та конспектів лекцій. Виконання індивідуальної роботи під керівництвом викладачів.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною системою з переведенням у оцінки за національною 4-бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та оцінки за шкалою ЄКТС (А, В, С, D, E, FX, F). Види контролю навчальних досягнень здобувачів вищої освіти: поточний, модульний контроль, атестація. Форми контролю навчальних досягнень здобувачів вищої освіти: поточне усне та письмове опитування, тестування (в тому числі комп'ютерне), виконання контрольних робіт, презентація та захист індивідуальних та самостійних робіт, захист звітів з проходження навчальної та виробничої практик. Система підсумкового оцінювання базується на принципах академічної доброчесності та прозорості, передбачає можливість апеляції. Атестація здобувачів здійснюється у формі атестаційного екзамену.
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.

	<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> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>Фахові компетентності, визначені стандартом вищої освіти</p> <p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p>

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Фахова компетентність, визначена закладом вищої освіти

ФК15. Здатність використовувати інструменти діджитал маркетингу для аналізу маркетингової інформації, персоналізації комунікацій, автоматизації бізнес-процесів з метою підвищення конверсії.

1.7. Програмні результати навчання (ПРН)

Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти

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.

Результат навчання, визначений закладом вищої освіти

ПРН19. Демонструвати навички комплексного використання інструментів діджитал маркетингу для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, оцінювання їх ефективності та впливу на показники результативності, зокрема конверсію.

1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>Науково-педагогічні працівники, які забезпечують реалізацію освітньої програми, мають освітню та/або професійну кваліфікацію, що відповідають освітнім компонентам, які вони викладають.</p> <p>До реалізації освітньої програми залучаються фахівці у сфері маркетингу, у т.ч. діджитал маркетингу, які мають досвід практичної роботи.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Обладнання навчальних приміщень дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньою програмою, наявна достатня кількість комп'ютеризованих робочих місць, обладнаних сучасними комп'ютерними засобами та програмним забезпеченням, комплексами візуалізації освітнього контенту. В університеті функціонує система дистанційного навчання на платформі Google Workspace for Education.</p> <p>Сучасне комп'ютерне програмне забезпечення для вивчення дисциплін та набуття сучасних soft та hard skills, запитуваних на ринку праці в умовах діджиталізації</p>
Інформаційно-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт https://www.istu.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти, нормативні акти ЗВО «МНТУ». Загальний бібліотечний фонд книжкових паперових примірників наукової бібліотеки ЗВО «МНТУ». Електронні ресурси, у тому числі розміщені в Електронній бібліотеці, а саме: книжкові видання, періодика, Інституційний репозитарій (архів наукових і навчально-методичних матеріалів тощо).</p> <p>В університеті створена локальна цифрова освітня екосистема на основі авторського програмного продукту «eZVO» та середовища Google WorkSpace for Education, що дозволяє ефективно управляти освітнім процесом, а також мінімізувати ймовірність освітніх втрат у важких безпекових умовах.</p> <p>Для кожної освітньої компоненти розроблені електронні навчальні курси, що містять освітній контент та інструменти контролю, необхідні для повноцінного їхнього опанування здобувачами освіти.</p>
1.9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між МНТУ та закладами вищої освіти України.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Можлива у рамках програм ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між МНТУ та закладами освіти</p>

	країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	–

2. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

2.1. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів здійснюється у формі атестаційного екзамену.

2.2. Вимоги до атестаційного екзамену

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти, розробленою на основі відповідного Стандарту.

3. ОПИС СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Внутрішня система забезпечення якості вищої освіти у ЗВО «МНТУ» базується на засадах Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Європейських стандартів щодо внутрішнього забезпечення якості у закладах вищої освіти з використанням методології *Tuning Educational Structures in Europe and Competences in Recognition and Education*.

Метою функціонування системи внутрішнього забезпечення якості освіти в Університеті є:

- визначення процедур забезпечення якості вищої освіти;
- формування довіри здобувачів освіти та інших стейкхолдерів до системи освіти в Університеті;
- безперервне підвищення якості вищої освіти;
- формування культури якості у всіх учасників освітнього процесу;
- розподіл повноважень між органами управління та структурними підрозділами Університету щодо реалізації процедур забезпечення якості вищої освіти.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- розробка, моніторинг та періодичний перегляд освітньо-професійних та освітньо-наукових програм у відповідності до сучасних та прогнозних вимог ринку праці, очікувань споживачів із залученням здобувачів освіти, випускників, роботодавців, інших стейкхолдерів;
- розробка, моніторинг та періодичний перегляд навчально-методичних матеріалів для кожного компонента освітньої програми;

–моніторинг рівня освіти здобувачів вищої освіти на предмет досягнення ними запланованих результатів навчання, з використанням чітких і зрозумілих критеріїв, а також інструментів, які однозначно дають можливість виміряти рівень досягнення результатів;

– забезпечення якості визнання результатів неформального та інформального навчання;

– забезпечення якості викладацького складу через конкурсний відбір, підвищення професійного рівня, мотивацію до постійного підвищення педагогічної майстерності;

– постійна модернізація матеріально-технічного та інформаційного забезпечення освітнього процесу відповідно до державних вимог та Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності;

– впровадження та удосконалення інформаційних систем управління освітнім процесом та підтримки адміністративної діяльності;

– забезпечення відкритості та прозорості інформації про освітню, науково-дослідну, інноваційну, фінансову діяльність ЗВО «МНТУ»;

– забезпечення дотримання академічної доброчесності усіма учасниками освітнього процесу, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

Основним засобом моніторингу якості освіти в Університеті є опитування. Опитування можуть проводитись для всіх груп стейкгодтерів (здобувачі вищої освіти, науково-педагогічні працівники, випускники, потенційні роботодавці тощо). Основні методи опитування, що використовуються в Університеті: анкетування, інтерв'ю, дискусії, рецензування, громадське обговорення.

4. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

1. Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII «Про вищу освіту». База даних «Законодавство України». Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Закон України від 05.09.2017 «Про освіту». База даних «Законодавство України». Верховна Рада України URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 № 266. База даних «Законодавство України». Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

4. Національна рамка кваліфікацій. База даних «Законодавство України». Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня,

затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>.

6. Наказ Міністерства освіти і науки України Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти від 13.06.2024 № 842. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>

7. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 (редакція від 30.11.2017). URL: <http://dovidnyk.in.ua/directories/profesii>.

8. Професійний стандарт «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку». Затверджено Наказом Міністерства економіки України від 18 жовтня 2021 р. № 751-21. URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/356-nakaz_751.pdf

9. Професійний стандарт «Рекламист». Затверджено Наказом Міністерства економіки України від 11 січня 2022 року № 81-22. URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/reklamist>

10. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf

11. International Standard Classification of Occupations (ISCO). URL: https://dev-iloostat.pantheonsite.io/methods/concepts-and-definitions/classification-occupation/#elementor-toc_heading-anchor-4

5. ДОДАТКИ

5.1. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

№	Назва освітнього компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
1.1. Компоненти загальної підготовки			
OK1	Українське ділове мовлення	3	модульний контроль
OK2	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12	модульний контроль
OK3	Історія державності та культури України	3	модульний контроль
OK4	Філософія	3	модульний контроль
OK5	Психологія	4	модульний контроль
OK6	Законодавчі основи суспільних відносин	3	модульний контроль
OK7	Соціально-політичні студії	3	модульний контроль
OK8	Офісні інформаційні технології	3	модульний контроль
OK9	Основи здорового способу життя	6	модульний контроль
Усього:		40	
1.2. Компоненти професійної підготовки			
OK10	Економічна теорія	3	модульний контроль
OK11	Вища та прикладна математика	6	модульний контроль
OK12	Мікроекономіка	3	модульний контроль
OK13	Вступ до фаху	3	модульний контроль
OK14	Маркетинг	6	модульний контроль
OK15	Економіка бізнесу	5	модульний контроль
OK16	Макроекономіка	3	модульний контроль
OK17	Теорія ймовірностей та математична статистика	4	модульний контроль
OK18	Економіко-математичні методи та моделі	5	модульний контроль
OK19	Гроші і кредит	3	модульний контроль
OK20	Менеджмент	4	модульний контроль
OK21	Корпоративні фінанси	3	модульний контроль
OK22	Статистика	3	модульний контроль
OK23	Маркетингова товарна політика	6	модульний контроль
OK24	Курсова робота з маркетингової товарної політики	1	модульний контроль
OK25	Бухгалтерський облік та аудит	3	модульний контроль
OK26	Маркетингова політика комунікацій	6	модульний контроль
OK27	Маркетингова політика розподілу і збуту	5	модульний контроль
OK28	Маркетингова цінова політика	5	модульний контроль
OK29	Маркетингові дослідження	12	модульний контроль
OK30	Курсова робота з маркетингових досліджень	1	модульний контроль
OK31	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	3	модульний контроль
OK32	Електронна комерція	4	модульний контроль
OK33	Стратегічний маркетинг	4	модульний контроль
OK34	Поведінка споживача	4	модульний контроль

№	Назва освітнього компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОК35	Міжнародний маркетинг	3	модульний контроль
ОК36	Діджитал маркетинг	10	модульний контроль
ОК37	Курсова робота з Діджитал маркетингу	1	модульний контроль
ОК38	Креативне бізнес-мислення	3	модульний контроль
ОК39	Соціально-етичний маркетинг	4	модульний контроль
ОК40	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	4	модульний контроль
Усього:		130	
1.3. Практична підготовка			
ОК41	Навчальна практика	3	модульний контроль
ОК42	Виробнича практика	6	модульний контроль
1.4. Атестація			
ОК43	Атестація	1	атестаційний екзамен
Всього за нормативними компонентами			180
Вибіркові навчальні дисципліни*			60
Всього за освітньою програмою			240

Примітки. * – студент обирає освітні компоненти (дисципліни) з двох переліків – загальноуніверситетського переліку та переліку фахових (професійних) дисциплін для галузі 07 «Управління та адміністрування». З загальноуніверситетського переліку обирається 5 дисциплін (20 кредитів ЄКТС), а з переліку фахових (професійних) дисциплін – 10 дисциплін (40 кредитів ЄКТС).

5.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

I курс	Українське ділове мовлення	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Основи здорового способу життя	Офісні інформаційні технології	Законодавчі основи суспільних відносин	Вища та прикладна математика	Мікроекономіка	Економічна теорія	Вступ до фаху	1 семестр
	Історія державності та культури України	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Основи здорового способу життя	Філософія	Теорія ймовірностей та математична статистика	Макроекономіка	Економіка бізнесу	Маркетинг		2 семестр
II курс	Соціально-політичні студії	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Психологія	Економіко-математичні методи та моделі	Гроші і кредит	Менеджмент	Вибіркова дисципліна 1	Вибіркова дисципліна 2		3 семестр
	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Корпоративні фінанси	Маркетингова товарна політика	Маркетингова товарна політика (курсова робота)	Бухгалтерський облік та аудит	Статистика	Вибіркова дисципліна 3	Вибіркова дисципліна 4	Навчальна практика	4 семестр
III курс	Маркетингова політика комунікацій	Маркетингова політика розподілу і збуту	Маркетингова цінова політика	Маркетингові дослідження	Вибіркова дисципліна 5	Вибіркова дисципліна 6				5 семестр
	Маркетингові дослідження	Маркетингові дослідження (курсова робота)	Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами	Електронна комерція	Вибіркова дисципліна 7	Вибіркова дисципліна 8	Вибіркова дисципліна 9	Вибіркова дисципліна 10		6 семестр
IV курс	Міжнародний маркетинг	Поведінка споживача	Стратегічний маркетинг	Діджитал-маркетинг	Вибіркова дисципліна 11	Вибіркова дисципліна 12	Вибіркова дисципліна 13			7 семестр
	Діджитал-маркетинг	Діджитал-маркетинг (курсова робота)	Креативне бізнес-мислення	Соціально-етичний маркетинг	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Вибіркова дисципліна 14	Вибіркова дисципліна 15	Виробнича практика	Атестація	8 семестр

5.3. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Загальні компетентності	Компоненти загальної підготовки									
	Українське ділове мовлення	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	Історія державності та культури України	Філософія	Психологія	Законодавчі основи суспільних відносин	Соціально-політичні студії	Офісні інформаційні технології	Основи здорового способу життя	
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.						+				

Фахові компетентності	Компоненти загальної підготовки									
	Українське ділове мовлення	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	Історія державності та культури України	Філософія	Психологія	Законодавчі основи суспільних відносин	Соціально-політичні студії	Офісні інформаційні технології	Основи здорового способу життя	
ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.										
ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.										
ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.										
ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.										
ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.										
ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.										
ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.										
ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.										
ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.										
ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.										
ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.										
ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	+	+			+				+	
ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.					+					
ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.										
<i>ФК15. Здатність використовувати інструменти діджитал маркетингу для аналізу маркетингової інформації, персоналізації комунікацій, автоматизації бізнес-процесів з метою підвищення конверсії.</i>										

Загальні компетентності	Компоненти професійної підготовки																
	Економічна теорія	Віща та прикладна математика	Мікроекономіка	Вступ до фаху	Маркетинг	Економіка бізнесу	Макроекономіка	Теорія ймовірностей та математична статистика	Економіко-математичні методи та моделі	Корпоративні фінанси	Менеджмент	Гроші і кредит	Статистика	Маркетингова товарна політика	Курсова робота з маркетингової товарної політики	Бухгалтерський облік та аудит	Маркетингова політика комунікацій
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.				+													

Компоненти професійної підготовки Загальні компетентності	Маркетингова політика розподілу і збуту	Маркетингова цінова політика	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та	Поведінка споживача	Стратегічний маркетинг	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Діджитал-маркетинг	Курсова робота з діджитал-маркетингу	Креативне бізнес-мислення	Соціально-етичний маркетинг	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Навчальна практика	Виробнича практика	Атестація	
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.													+			+	+	

Фахові компетентності	Компоненти професійної підготовки																
	Економічна теорія	Вища та прикладна математика	Мікроекономіка	Вступ до фаху	Маркетинг	Економіка бізнесу	Макроекономіка	Теорія ймовірностей та математична статистика	Економіко-математичні методи та моделі	Корпоративні фінанси	Менеджмент	Гроші і кредит	Статистика	Маркетингова товарна політика	Курсова робота з маркетингової товарної політики	Бухгалтерський облік та аудит	Маркетингова політика комунікацій
ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.				+	+									+	+		+
ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.				+	+									+	+		+
ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.				+	+		+	+						+	+		+
ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.					+									+	+		+
ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.														+	+		+
ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.																	
ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	+		+			+								+	+		+
ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.								+						+	+		+
ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.																	
ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.																	
ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	+		+			+	+							+	+		+
ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.															+		
ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.														+	+		+
ФК15. Здатність використовувати інструменти діджитал маркетингу для аналізу маркетингової інформації, персоналізації комунікацій, автоматизації бізнес-процесів з метою підвищення конверсії.																	+

Компоненти професійної підготовки Фахові компетентності	Маркетингова політика розподілу і збуту	Маркетингова цінова політика	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та	Поведінка споживача	Стратегічний маркетинг	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Діджитал-маркетинг	Курсова робота з діджитал-маркетингу	Креативне бізнес-мислення	Соціально-етичний маркетинг	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Навчальна практика	Виробнича практика	Атестація
ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	+	+	+	+		+	+		+	+	+		+	+	+	+	+
ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+	+	+	+
ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+	+	+	+
ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+	+	+	+
ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	+	+	+	+			+		+	+	+				+	+	+
ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.			+	+					+	+				+	+	+	+
ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	+	+	+	+					+	+					+	+	+
ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	+	+	+	+			+		+	+	+				+	+	+
ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.					+		+		+	+	+					+	+
ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.							+		+	+						+	+
ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	+	+	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+	+
ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.			+	+						+				+	+	+	+
ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+			+	+	+
ФК15. Здатність використовувати інструменти діджитал маркетингу для аналізу маркетингової інформації, персоналізації комунікацій, автоматизації бізнес-процесів з метою підвищення конверсії.			+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+

5.4. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Компоненти загальної підготовки	Українське ділове мовлення	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	Історія державності та культури України	Філософія	Психологія	Законодавчі основи суспільних відносин	Соціально-політичні студії	Офісні інформаційні технології	Основи здорового способу життя
Програмні результати навчання									
ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.									
ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.								+	
ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.									
ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.								+	
ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.					+				
ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.								+	
ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.								+	
ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.									
ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.									
ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	+	+			+				
ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.									
ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.						+			
ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.					+				
ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.			+	+		+	+		
ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.					+				
ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	+	+			+				
ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.						+			
ПРН19. Демонструвати навички комплексного використання інструментів діджитал маркетингу для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, оцінювання їх ефективності та впливу на показники результативності, зокрема конверсію.									

Компоненти професійної підготовки	Економічна теорія	Вища та прикладна математика	Мікроекономіка	Вступ до фаху	Маркетинг	Економіка бізнесу	Макроекономіка	Теорія ймовірностей та математична статистика	Економіко-математичні методи та моделі	Корпоративні фінанси	Менеджмент	Гроші і кредит	Статистика	Маркетингова товарна політика	Курсова робота з маркетингової товарної політики	Бухгалтерський облік та аудит	Маркетингова політика комунікацій
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.	+		+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+

Компоненти професійної підготовки	Економічна теорія	Вища та прикладна математика	Мікроекономіка	Вступ до фаху	Маркетинг	Економіка бізнесу	Макроекономіка	Теорія ймовірностей та математична статистика	Економіко-математичні методи та моделі	Корпоративні фінанси	Менеджмент	Гроші і кредит	Статистика	Маркетингова товарна політика	Курсова робота з маркетингової товарної політики	Бухгалтерський облік та аудит	Маркетингова політика комунікацій
Програмні результати навчання																	
ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.											+						
ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.											+						
ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.				+													
ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.				+	+									+			+
ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.				+	+									+	+		+
ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.				+													
ПРН19. Демонструвати навички комплексного використання інструментів діджитал маркетингу для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, оцінювання їх ефективності та впливу на показники результативності, зокрема конверсію.																	+

Компоненти професійної підготовки	Маркетингова політика розподілу і збуту	Маркетингова цінова політика	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	Поведінка споживача	Стратегічний маркетинг	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Діджитал-маркетинг	Курсова робота з діджитал-маркетингу	Креативне бізнес-мислення	Соціально-етичний маркетинг	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Навчальна практика	Виробнича практика	Атестація
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.	+	+	+	+		+	+					+				+	

Компоненти професійної підготовки	Маркетингова політика розподілу і збуту	Маркетингова цінова політика	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	Поведінка споживача	Стратегічний маркетинг	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Діджитал-маркетинг	Курсова робота з діджитал-маркетингу	Креативне бізнес-мислення	Соціально-етичний маркетинг	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Навчальна практика	Виробнича практика	Атестація
Програмні результати навчання																	
ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	+	+	+	+	+		+		+	+	+					+	+
ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+
ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.					+							+	+			+	+
ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.			+	+	+							+				+	+
ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.													+				+
ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	+	+	+			+	+		+	+		+	+		+	+	+
ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+			+	+	+
ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.												+			+	+	+
ПРН19. Демонструвати навички комплексного використання інструментів діджитал маркетингу для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, оцінювання їх ефективності та впливу на показники результативності, зокрема конверсію.			+	+			+	+		+	+		+	+	+	+	+