

**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 D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

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 ОСВІТНЬОЇ 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)	-
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Спеціалізація	-
Офіційна назва освітньої програми	<i>Діджитал маркетинг</i>
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 (галузі знань) – D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність – D5 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 ОП у кредитах ЄКТС складає 240 кредитів; - обсяг ОП у кредитах ЄКТС, спрямований на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, визначених відповідним Стандартом вищої освіти складає 180 кредитів.
Наявність акредитації	-

Вимоги до осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Повна загальна середня освіта за результатами вступних випробувань у формі, визначеній Центральним органом виконавчої влади у сфері освіти та Правилами прийому до закладу освіти
Тип диплома (за необхідності)	-
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.istu.edu.ua/

1.2. Мета освітньої програми

Підготовка соціально-відповідальних фахівців з креативним мисленням, які володіють сучасними запитуваними на ринку праці soft та hard skills, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на принципах омніканальності у контексті діджиталізації, а також використовувати інструменти діджитал маркетингу для забезпечення ефективності управління бізнесом.

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.
Основний фокус освітньої програми	<p>Програма сфокусована на підготовці соціально-відповідальних фахівців у сфері маркетингу, здатних раціонально вирішувати складні спеціалізовані завдання та прикладні проблеми на основі використання діджитал маркетингу як комплексної стратегії управління бізнесом в умовах діджиталізації.</p> <p>Ключові слова: економікс, математика для бізнесу та економіки, теорія маркетингової діяльності, економіка бізнесу, основи менеджменту, поведінка споживача, креативне бізнес-мислення, фінанси, гроші і кредит, маркетинг-мікс, соціально-</p>

	<i>економічна статистика, маркетингові дослідження, інноваційне підприємництво та управління стартап проектами, основи WEB-технологій та WEB-дизайн, електронна комерція, міжнародний маркетинг, діджитал маркетинг, соціально-етичний маркетинг, стратегічний маркетинг.</i>
Особливості програми	Націлена на ґрунтовну теоретичну та практичну підготовку діджитал-маркетологів базуючись на принципах соціальної відповідальності та дають змогу розробляти й приймати управлінські рішення у сфері маркетингу з використанням інструментів діджитал маркетингу, що сприятиме підвищенню гнучкості, клієнтоорієнтованості та ефективності бізнесу. Включає обов'язкове проходження навчальної та виробничої практик.
1.4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Рівень підготовки бакалавру маркетингу і набуті ним інтегральні, загальні та фахові компетентності дозволяють обіймати посади та виконувати роботу відповідно до «Класифікатора професій ДК 003:2010»: <p>1451 – менеджери (управителі) у торгівлі транспортними засобами та їх ремонті;</p> <p>1452 – менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі;</p> <p>1453 – менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті;</p> <p>1453.1 – менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами;</p> <p>1453.2 – менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами;</p> <p>1454 – менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами;</p> <p>1473 – менеджери (управителі) у сфері надання інформації;</p> <p>1474 – менеджер (управитель) із комунікаційних технологій;</p> <p>менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок;</p> <p>1475 – менеджер (управитель) з маркетингу; менеджери (управителі) з досліджень ринку, вивчення суспільної думки, консультацій з питань комерційної діяльності та управління;</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>2149.2 – аналітик комунікацій (крім комп'ютерів); рекламист; фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку;</p> <p>2433.1 – молодший науковий співробітник (інформаційна аналітика);</p> <p>2433.2 – аналітик консолідованої інформації;</p>

	<p>3419 – організатор із збуту; 3429 – представник з реклами; агент рекламний; торговець (обслуговування бізнесу та реклами).</p>
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	<p>Європейська кредитно-трансферна система організації навчання, електронне навчання. Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване та інтерактивно-пізнавальне навчання, технологія e-learning на платформі Google Classroom, застосування активних методів навчання.</p> <p>Викладання проводиться у формі: лекцій проблемного характеру, практичних занять у вигляді тренінгів, розв'язання ситуативних завдань, що забезпечує розвиток аналітичних та дослідницьких здібностей, навичок роботи в команді; передбачена самостійна робота з можливістю консультацій із викладачем.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною системою з переведенням у систему оцінок за 4-бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p> <p>Ранжування навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється на базі шкали ECTS (A, B, C, D, E, FX, F) та шкали МНТУ (від 0 до 100 балів).</p> <p>Види контролю навчальних досягнень здобувачів вищої освіти: поточний, підсумковий.</p> <p>Форми контролю навчальних досягнень здобувачів вищої освіти: усне та письмове опитування, тестування, контрольні роботи, захист індивідуальних та самостійних робіт, модульні контролі, захист звітів з проходження навчальної та виробничої практик, атестаційний екзамен.</p>
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><i>ЗК 16. Здатності до виконання конституційного обов'язку щодо захисту вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.</i></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> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p>

<p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><i>Фахова компетентність, визначена закладом вищої освіти</i></p> <p>ФК15. Здатність використовувати діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.</p>
--

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. Використовувати діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.

1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Науково-педагогічні працівники, які забезпечують реалізацію освітньої програми, є співробітниками МНТУ та провідних закладів вищих освіти України:

- мають науковий ступінь та/або вчене звання;
- мають науковий та професійний досвід роботи, необхідний для викладання дисциплін відповідної освітньої програми і здійснення наукової діяльності.

До викладання фахових дисциплін залучаються фахівці у сфері маркетингу, у т.ч., діджитал маркетингу, та які мають успішний досвід практичної роботи.

Матеріально-технічне забезпечення

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.

Інформаційно-методичне забезпечення	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, кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти).
1.9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між МНТУ та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	Можлива у рамках програм ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між МНТУ та навчальними закладами 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 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.

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. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 (редакція від 30.11.2017). URL: <http://dovidnyk.in.ua/directories/profesii>.
7. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти: Постанова Кабінет Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 із змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#n11>
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. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)». Затверджено Рішенням конференції ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення № 1, прот. № 1). URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennja_rinku_zbutu_marketolog.pdf

11. Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських від 21.06.2024 р. № 734
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF#Text>

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			
OK 1	Українське ділове мовлення	3	модульний контроль
OK 2	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12	модульний контроль
OK 3	Історія державності та культури України	3	модульний контроль
OK 4	Філософія	3	модульний контроль
OK 5	Психологія	4	модульний контроль
OK 6	Законодавчі основи суспільних відносин	3	модульний контроль
OK 7	Соціально-політичні студії	3	модульний контроль
OK 8	Офісні інформаційні технології	3	модульний контроль
OK 9	Основи здорового способу життя	3	модульний контроль
OK 10	Soft Skills і способи їх розвитку	4	модульний контроль
OK 11	Базова загальновійськова підготовка (теоретична підготовка)	3	модульний контроль
Усього:		44	
1.2. Компоненти професійної підготовки			
OK 12	Економікс (економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка)	9	модульний контроль
OK 13	Математика для бізнесу та економіки (вища та прикладна математика, теорія ймовірності та математична статистика, економіко-математичні методи та моделі)	15	модульний контроль
OK 14	Вступ до фаху	3	модульний контроль
OK 15	Маркетинг	3	модульний контроль
OK 16	Економіка бізнесу	4	модульний контроль
OK 17	Менеджмент	4	модульний контроль
OK 18	Соціально-економічна статистика	3	модульний контроль
OK 19	Поведінка споживача	4	модульний контроль
OK 20	Бухгалтерський облік	3	модульний контроль
OK 21	Креативне бізнес-мислення	4	модульний контроль
OK 22	Фінанси, гроші і кредит	4	модульний контроль
OK 23	Маркетинг-мікс (маркетингова товарна політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу і збуту, маркетингова цінова політика)	16	модульний контроль
OK 24	Курсова робота з Маркетинг-міксу	1	модульний контроль
OK 25	Маркетингові дослідження	9	модульний контроль
OK 26	Курсова робота з Маркетингових досліджень	1	модульний контроль
OK 27	Електронна комерція	4	модульний контроль
OK 28	Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами	4	модульний контроль
OK 29	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	4	модульний контроль
OK 30	Міжнародний маркетинг	4	модульний контроль
OK 31	Діджитал маркетинг	18	модульний контроль

№	Назва освітнього компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОК 32	Курсова робота з Діджитал маркетингу	1	модульний контроль
ОК 33	Соціально-етичний маркетинг	4	модульний контроль
ОК 34	Стратегічний маркетинг	4	модульний контроль
Усього:		126	
1.3. Практична підготовка			
ОК 34	Навчальна практика	3	модульний контроль
ОК 35	Виробнича практика	6	модульний контроль
1.4. Атестація			
ОК 36	Підготовка до атестаційного екзамєну	1	Атестаційний екзамєн
Всього за нормативними компонентами		180	
2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
2.1. Компоненти загальної підготовки			
ОК 37 – 41	Вибір із загального переліку дисциплін загальної підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	20	Модульний контроль
2.2. Компоненти професійної підготовки			
ОК 42 – 51	Вибір із загального переліку дисциплін професійної підготовки для спеціальностей D3 Менеджмент та D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	40	Модульний контроль
Всього за вибірковими компонентами		60	
Всього за освітньою програмою		240	

5.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

I курс	Українське ділове мовлення	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Основи здорового способу життя	Офісні інформаційні технології	Соціально-політичні студії	Вступ до фаху	Економікс (Економічна теорія)	Економікс (Мікроекономіка)	Математика для бізнесу та економіки (Вища та прикладна математика)	1 семестр
	Історія державності та культури України	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Законодавчі основи суспільних відносин	Філософія	Психологія	Математика для бізнесу та економіки (Теорія ймовірності і математична статистика)	Економікс (Макроекономіка)	Економіка бізнесу	Маркетинг	2 семестр
II курс	Soft Skills і способи їх розвитку	Іноземна мова за професійним спрямуванням	<i>Базова загальношкільська підготовка (теоретична підготовка)</i>	Математика для бізнесу та економіки (Економіко-математичні методи та моделі)	Менеджмент	Соціально-економічна статистика	Вибіркова дисципліна 1			3 семестр
	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Поведінка споживача	Маркетинг -мікс (Маркетингова товарна політика + Маркетингова політика комунікацій)	Маркетинг -мікс (курсова робота)	Бухгалтерський облік	Креативне бізнес-мислення	Фінанси, гроші і кредит	Вибіркова дисципліна 2	Навчальна практика	4 семестр
III курс	Маркетинг -мікс (Маркетингова політика розподілу і збуту)	Маркетинг -мікс (Маркетингова цінова політика)	Маркетингові дослідження	Вибіркова дисципліна 3	Вибіркова дисципліна 4	Вибіркова дисципліна 5	Вибіркова дисципліна 6			5 семестр
	Маркетингові дослідження	Маркетингові дослідження (курсова робота)	Діджитал маркетинг	Електронна комерція	Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами	Вибіркова дисципліна 7	Вибіркова дисципліна 8	Вибіркова дисципліна 9		6 семестр
IV курс	Міжнародний маркетинг	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Діджитал маркетинг	Вибіркова дисципліна 10	Вибіркова дисципліна 11	Вибіркова дисципліна 12	Вибіркова дисципліна 13			7 семестр
	Діджитал маркетинг	Діджитал маркетинг (курсова робота)	Соціально-етичний маркетинг	Стратегічний маркетинг	Вибіркова дисципліна 14	Вибіркова дисципліна 15	Виробнича практика	Підготовка до атестаційного екзамену		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	Soft Skills і способи їх розвитку	Базова загальнонавчальська підготовка (теоретична підготовка)
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											
ЗК16. Здатності до виконання конституційного обов'язку щодо захисту вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.			+			+	+		+		+

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	Soft Skills і способи їх розвитку	Базова загальнонавчальна підготовка (теоретична підготовка)
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 діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.								+		+	

Загальні компетентності	Компоненти професійної підготовки													
	Економікс (економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка)	Математика для бізнесу та економіки (вища та прикладна математика, теорія, ймовірності і математична статистика, економіко-математичні методи та моделі)	Вступ до фаху	Маркетинг	Економіка бізнесу	Менеджмент	Соціально-економічна статистика	Поведінка споживача	Бухгалтерський облік	Креативне бізнес-мислення	Фінанси, гроші і кредит	Маркетинг -мікс (маркетингова товарна політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу і збуту, маркетингова цінова політика)	Курсова робота з Маркетинг -міксу	
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														+
ЗК16. Здатності до виконання конституційного обов'язку щодо захисту вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.														

Загальні компетентності	Компоненти професійної підготовки												
	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Електронна комерція	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Міжнародний маркетинг	Digital-маркетинг	Курсова робота з Digital-маркетингу	Соціально-етичний маркетинг	Стратегічний маркетинг	Навчальна практика	Виробнича практика	Підготовка до атестаційного екзамену
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		+						+	+				
ЗК16. Здатності до виконання конституційного обов'язку щодо захисту вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.													

Фахові компетентності	Компоненти професійної підготовки												
	Економікс (економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка)	Математика для бізнесу та економіки (вища та прикладна математика, теорія, ймовірності і математична статистика, економіко-математичні методи та моделі)	Вступ до фаху	Маркетинг	Економіка бізнесу	Менеджмент	Соціально-економічна статистика	Поведінка споживача	Бухгалтерський облік	Креативне бізнес-мислення	Фінанси, гроші і кредит	Маркетинг -мікс (маркетингова товарна політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу і збуту, маркетингова цінова політика)	Курсова робота з Маркетинг -міксу
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 діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.					+			+				+	+

Фахові компетентності	Компоненти професійної підготовки												
	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Digital-маркетинг	Курсова робота з Digital-маркетингу	Соціально-етичний маркетинг	Стратегічний маркетинг	Навчальна практика	Виробнича практика	Підготовка до атестаційного екзамену
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 діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.	+	+					+	+	+	+	+	+	+

5.4. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ 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	Soft Skills і способи їх розвитку	Базова загальноосвітня підготовка (теоретична підготовка)
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.					+						

Програмні результати навчання	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	Soft Skills і способи їх розвитку	Базова загальнонавчальна підготовка (теоретична підготовка)
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. Використовувати діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.											

Програмні результати навчання	Компоненти професійної підготовки												
	Економікс (економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка)	Математика для бізнесу та економіки (вища та прикладна математика, теорія, ймовірності і математична статистика, економіко-математичні методи та моделі)	Вступ до фаху	Теорія маркетингової діяльності	Економіка бізнесу	Основи менеджменту	Соціально-економічна статистика	Поведінка споживача	Бухгалтерський облік	Креативне бізнес-мислення	Фінанси, гроші і кредит	Маркетинг -мікс (маркетингова товарна політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу і збуту, маркетингова цінова політика)	Курсова робота з Маркетинг -міксу
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.			+							+			

Програмні результати навчання	Компоненти професійної підготовки												
	Економікс (економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка)	Математика для бізнесу та економіки (вища та прикладна математика, теорія, ймовірності і математична статистика, економіко-математичні методи та моделі)	Вступ до фаху	Теорія маркетингової діяльності	Економіка бізнесу	Основи менеджменту	Соціально-економічна статистика	Поведінка споживача	Бухгалтерський облік	Креативне бізнес-мислення	Фінанси, гроші і кредит	Маркетинг -мікс (маркетингова товарна політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу і збуту, маркетингова цінова політика)	Курсова робота з Маркетинг -міксу
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. Використовувати діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.					+			+				+	+

Програмні результати навчання	Компоненти професійної підготовки												
	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Digital-маркетинг	Курсова робота з Digital-маркетингу	Соціально-етичний маркетинг	Стратегічний маркетинг	Навчальна практика	Виробнича практика	Підготовка до атестаційного екзамену
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.								+	+	+	+		+

Програмні результати навчання	Компоненти професійної підготовки												
	Маркетингові дослідження	Курсова робота з маркетингових досліджень	Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами	Основи WEB-технологій та WEB-дизайн	Електронна комерція	Міжнародний маркетинг	Digital-маркетинг	Курсова робота з Digital-маркетингу	Соціально-етичний маркетинг	Стратегічний маркетинг	Навчальна практика	Виробнича практика	Підготовка до атестаційного екзамену
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. Використовувати діджитал маркетинг як інструмент аналітики, персоналізації, автоматизації та покращення клієнтського досвіду, що прямо впливає на економічну та соціальну ефективність бізнесу.	+	+					+	+	+	+	+	+	+

