

ПРОЄКТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО–ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ) РІВЕНЬ

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ: D «Бізнес, адміністрування та право»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: D 5 «Маркетинг»

КВАЛІФІКАЦІЯ: БАКАЛАВР МАРКЕТИНГУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Криворізького національного університету

Голова Вченої ради

_____ **Микола СТУПНІК**

(протокол № _____ від _____ 2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2025 р.
наказом № _____ від _____ р.

Кривий Ріг
2025

ПРЕАМБУЛА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерством освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 та удосконалено з урахуванням Наказу Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024р. № 842, Постановою Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30.08.2024 р. № 1021, пропозицій та рекомендацій стейкхолдерів.

Склад групи забезпечення освітньо-професійної програми «Маркетинг»:

1. Євгенія МІЩУК

Гарант освітньої програми

професор кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління, доктор економічних наук, доцент

(підпис)

2. Вікторія АДАМОВСЬКА

завідувач кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління, кандидат економічних наук, доцент

(підпис)

3. Тетяна ГОЛОБОРОДЬКО

доцент кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління, кандидат економічних наук, доцент

(підпис)

Інші стейкхолдери

Дарина КОВАЛЕНКО, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»;

Єва СОЛОВ'ЯН здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування, протокол №__ від «__» лютого 2025 р.

Завідувач кафедри маркетингу
обліку, оподаткування та
публічного управління

(підпис) Вікторія АДАМОВСЬКА

Розглянуто та схвалено Вченою радою факультету економіки та управління бізнесом, протокол №__ від «__» лютого 2025 р.

Голова Вченої ради факультету
економіки та управління бізнесом

(підпис) Юлія КАШУБІНА

Завідувач навчально-методичного
відділу

(підпис) Світлана ІВАШУРА

Перший проректор

Владислав ЧУБАРОВ

Еволюція освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Еволюція освітньої програми "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня навчання порівняно із попередньою версією, введеною в дію від 01.09.2024 року, враховує рекомендації і вимоги стейкхолдерів та вимоги Наказу Міністерства освіти і науки України № 842 від 13.06.2024 і включає в себе нижчеподані зміни:

1) до переліку загальних компетентностей було додано п. 15 такого змісту: «ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності».

Відповідно було додано ПРН 19 «Вміти ідентифікувати та аналізувати проблеми, пов'язані з корупцією та недоброчесністю, формувати та оцінювати шляхи їх вирішення як у професійній діяльності, так і у суспільному житті на рівні, необхідному для формування нетерпимості до будь-яких проявів недоброчесності задля утвердження цінностей доброчесного суспільства» (у зв'язку з цим ПРН 19 у минулій версії отримав номер 20, а ПРН 20 став ПРН 21).

У табл. 4.1 – ЗК 15 формуватиметься ОК 7, ОК 36 і ОК 36;

У тбл. 5.1 ПРН 19 формуватиметься ОК 7, ОК 36 і ОК 36.

2) Порівняно із попередньою версією ОПП прибрані табл.4.2 і 5.2.

**1. Профіль освітньо-професійної програми вищої освіти «Маркетинг»
зі спеціальності D5 «Маркетинг»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Криворізький національний університет (далі – КНУ), факультет економіки та управління бізнесом, кафедра маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – бакалавр Кваліфікація – бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців; на базі молодшого спеціаліста – 2 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Започаткування спеціальності
Рівень з НРК/ Рівень вищої освіти	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови та обсяг освітньої програми бакалавра	Наявність повної загальної середньої освіти або диплому молодшого бакалавра за спеціальністю (молодшого спеціаліста за напрямом), умови вступу визначаються «Правилами прийому до Криворізького національного університету», затвердженими Вченою радою. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавра: 1) на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; 2) на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС,

Передумови та обсяг освітньої програми бакалавра (продовження)	отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
Мова викладання	Українська (державна)
Термін дії освітньої програми	До наступного оновлення програми
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	http://www.knu.edu.ua , https://oopua.knu.edu.ua/

2 – Мета освітньої програми

Глибока спеціальна підготовка сучасних фахівців із маркетингу, ініціативних і здатних до роботи як на підприємствах, організаціях, установах різних форм власності, так і в органах державної влади та місцевого самоврядування, спроможних вирішувати складні задачі повоєнного розвитку промисловості та відновлення соціально-економічного розвитку територій у сфері маркетингу з урахуванням сучасного рівня діджиталізації усіх сфер життя.

Мета освітньої програми відповідає Стратегії розвитку та місії Криворізького національного університету (<http://www.knu.edu.ua>).

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг» Спеціалізація: не передбачено
Опис предметної області	<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Мета навчання:</i> формування загальних і професійних компетентностей з маркетингової діяльності, розвиток сучасного економічного мислення, що сприятимуть конкурентоспроможності бакалавра на ринку праці та дозволять йому успішно здійснювати професійну маркетингову діяльність у сферах промислового і територіального маркетингу.

	<i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Види професійної діяльності,</i> до яких готуються випускники, що засвоїли програму бакалавра: маркетингова, організаційно-управлінська. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми	Підготовка фахівців у сфері маркетингу, що володіють компетенціями, необхідними для провадження маркетингової діяльності як на промисловому ринку на функціональному рівні, так і у сфері територіального маркетингу. <i>Ключові слова:</i> аналіз, бренд, інтернет-маркетинг, інформаційні комунікації, маркетинг, маркетингові дослідження, промисловий маркетинг, реклама, ринок, поведінка споживачів, принципи маркетингу, територіальний маркетинг, функціональні задачі маркетингу.
Особливості програми:	Унікальність ОПП «Маркетинг» полягає у тому, що вона пропонує бінарний підхід до підготовки фахівців, який ґрунтується на поєднанні промислового і територіального маркетингу, у наслідок чого досягатиметься позитивний синергетичний ефект сукупності компетентностей, необхідних для повоєнної розбудови промисловості країни та соціально-економічного розвитку її територій в умовах цифрової трансформації усіх сфер життя.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування за ДК 003:2010 (зі змінами) випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням:

Придатність до працевлаштування (продовження)	1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 Менеджер (управитель) з логістики 1475.4 Менеджер (управитель) з постачання 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту 1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами
Академічні права	Бакалаври зі спеціальності D5 «Маркетинг» можуть продовжити навчання за наданою та спорідненими спеціальностями на програмах підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти циклу FQ-ЕНЕА, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК України за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції, практичні заняття, виконання індивідуальних робіт (курсівих робіт, написання рефератів), консультування, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику, окремі елементи змішаного навчання, виробнича практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез, виконання кваліфікаційної роботи; використання нестандартних форм навчання та активних (інтерактивних) методів навчання. <i>Технології навчання:</i> інформаційно-комунікаційні, дистанційні, студентоцентровані, модульні, імітаційні, дискусійні, проблемні, технології дослідницького навчання, проєктивна освіта, самонавчання. З метою забезпечення безперервності освітнього процесу на період військового стану використовуються доступні онлайн технології (Google Classroom, Skype, Google Hangouts Meet, Zoom Video Communications тощо). Google надала доступ університету до системи G Suite for Education. Корпоративна пошта університету працює у безперебійному режимі на основі сервісу Gmail, а викладачі використовують хмарне сховище Google Disk із необмеженим обсягом зберігання інформації.

Оцінювання	Згідно з нормативними формами атестації здобувачів вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності D5 «Маркетинг» атестація здійснюється у формі: – атестаційних екзаменів та заліків, визначених навчальним планом; – публічного захисту кваліфікаційної роботи на одержання ступеня вищої освіти. Оцінювання навчальних досягнень: 4-бальна національна шкала («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»); дворівнева національна шкала («зараховано», «незараховано»); 100-бальна система оцінювання та шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX). Екзамени, заліки здійснюються згідно з формами оцінювання, представленими у відповідних робочих навчальних програмах. Захист курсових робіт проводиться комісією у визначений кафедрою час за участю керівників курсової роботи. <i>Поточний контроль знань студентів</i> здійснюється за результатами роботи студента на лекційних і практичних заняттях, виконання тестових завдань, модульних контрольних робіт, контрольних (індивідуальних) робіт, курсових робіт, передбачених навчальним планом підготовки фахівців, відповідною програмою навчальної дисципліни та робочою програмою навчальної дисципліни. <i>Модульний контроль</i> здійснюється після закінчення кожного чергового змістового модуля навчальної дисципліни. <i>Підсумкове оцінювання</i> здійснюється: – за результатами поточного та модульного контролю (якщо навчальним планом підготовки фахівців передбачено залік з навчальної дисципліни); – за результатами поточного, модульного контролю та складеного екзамену (якщо навчальним планом підготовки фахівців передбачено складання екзамену з навчальної дисципліни).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК 1	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.
ЗК 2	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.
ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК 4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
ЗК 5	Здатність проявляти визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
ЗК 6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК 7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК 9	Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.
ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною та державною мовами.
ЗК 11	Здатність працювати в команді.
ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
ЗК15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)	
СК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
СК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
СК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
СК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
СК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
СК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
СК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
СК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Спеціальні (фахові) компетентності, встановлені освітньою програмою	
СК 15	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на промисловому та спорідненими з ним ринках.
СК 16	Здатність враховувати економічні особливості підприємств, що працюють на промисловому ринку у функціональній діяльності маркетолога.
СК 17	Здатність пропонувати удосконалення щодо територіального маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 15	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.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН 19	Вміти ідентифікувати та аналізувати проблеми, пов'язані з корупцією та недоброчесністю, формувати та оцінювати шляхи їх вирішення як у професійній діяльності, так і у суспільному житті

	на рівні, необхідному для формування нетерпимості до будь-яких проявів недоброчесності задля утвердження цінностей доброчесного суспільства.
Програмні результати навчання, встановлені освітньою програмою	
ПРН 20	Демонструвати знання особливостей промислового та споріднених з ним ринків, функціонування господарських суб'єктів на ньому, та враховувати це у функціональній діяльності маркетолога.
ПРН 21	Демонструвати знання особливостей маркетингу територій.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). Професійна кваліфікація всіх науково-педагогічних працівників відповідає освітнім компонентам освітньо-професійної програми. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» забезпечується підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не менше, ніж один раз на п'ять років. Керівник проєктної групи та викладацький склад, який забезпечує її реалізацію, відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). Соціально-побутова інфраструктура є у повному обсязі. Технічною складовою забезпечення навчального процесу є використання web-сайту КНУ та web-сторінок кафедри на інтернет-ресурсі: https://oopua.knu.edu.ua/ . У навчальному процесі постійно використовуються мультимедійні системи (проектори, ноутбуки). Викладачами кафедр ведеться розробка електронних курсів для дистанційного навчання. Така можливість реалізована за допомогою навчального порталу на офіційному сайті КНУ.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015р. № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України

	від 24 березня 2021 р. № 365). На офіційному веб-сайті університету розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня / освітньо-наукова / видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація). Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти.
--	--

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення (продовження)	Інформаційне забезпечення: бібліотека КНУ (http://www.knu.edu.ua/pidrozdily/biblioteka). Розклад занять в електронному вигляді: http://asu.knu.edu.ua. Проведення занять у дистанційному форматі з використанням платформи GoogleMeet (https://meet.google.com).
--	---

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Академічна мобільність регламентується «Положенням про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників» КНУ. Програмою передбачається можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування. Навчання студентів за кредитно-трансферною системою, обсяг 1 кредиту – 30 год.
Міжнародна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між КНУ та навчальними закладами країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково освітнянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів. Із 2016 р. КНУ став партнером проекту MEVLANA з Аксарайським університетом (Туреччина). Підписано угоди ще з двома турецькими університетами: Чанкири Каратекін ун-т та Памуккале ун-т (2017 р.). Програма академічної мобільності «Mevlana» запроваджена Радою вищої освіти Турецької Республіки, якою передбачено академічний обмін із турецькими університетами на основі конкурсного відбору учасників. Усі питання фінансування, підписання угод між турецькими та закордонними університетами, відбору кандидатів на участь в академічному обміні, контролює Рада вищої освіти Туреччини. Уперше КНУ реалізується проєкт академічної мобільності для здобувачів вищої освіти, аспірантів та викладачів в рамках

	міжнародної програми Erasmus+ (КА 107 №2015-1-PL01-КА107-016302). Міжнародні партнери КНУ: Республіка Таджикистан, Таджицький національний університет (з 2018р.), Дангарінський державний університет та Таджицький аграрний університет ім. Ширіншох Шотемур (із 2021 р.).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних засадах у межах ліцензійного обсягу за умови мовленнєвої підготовки.

2.ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньої програми

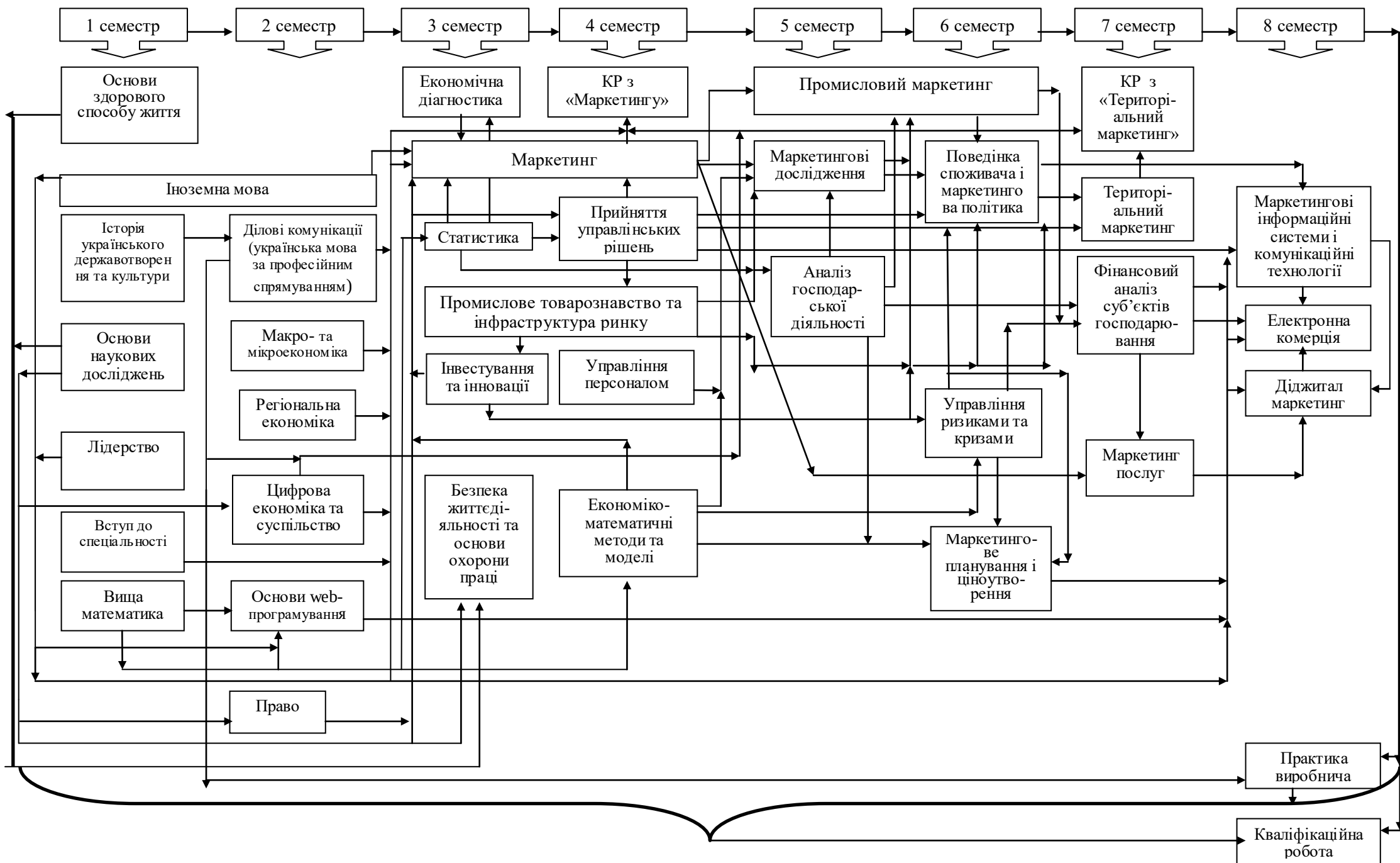
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Ділові комунікації (українська мова за професійним спрямуванням)	3	залік
ОК 2	Історія Українського державотворення та культури	3	залік
ОК 3	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 4	Вступ до спеціальності	6	екзамен
ОК 5	Фізичне виховання та основи здорового способу життя	3	залік
ОК 6	Цифрова економіка та суспільство	4	залік
ОК 7	Основи наукових досліджень	5	екзамен
ОК 8	Лідерство	4	залік
ОК 9	Вища математика	6	екзамен
ОК 10	Макро- та мікроекономіка	4	залік
ОК 11	Регіональна економіка	4	екзамен
ОК 12	Право	5	залік
ОК 13	Економіко-математичні методи та моделі	4	екзамен
ОК 14	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів циклу		60	

загальної підготовки			
1.2. Цикл професійної підготовки			
ОК 15	Основи web-програмування	7	екзамен
ОК 16	Маркетинг	12	захист КР, екзамен
ОК 17	Економічна діагностика	5	екзамен
ОК 18	Промислове товарознавство та інфраструктура ринку	9	екзамен
ОК 19	Статистика	5	екзамен
ОК 20	Прийняття управлінських рішень	4	залік
ОК 21	Територіальний маркетинг	8	захист КР, екзамен
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК 22	Поведінка споживача і маркетингова політика	4	екзамен
ОК 23	Промисловий маркетинг	11	екзамен
ОК 24	Управління ризиками та кризами	3	екзамен
ОК 25	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 26	Маркетингове планування і ціноутворення	4	екзамен
ОК 27	Маркетинг послуг	4	залік
ОК 28	Маркетингові інформаційні системи і комунікативні технології	3	екзамен
ОК 29	Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання	4	залік
ОК 30	Електронна комерція	3	залік
ОК 31	Інвестування та інновації	4	екзамен
ОК 32	Аналіз господарської діяльності	4	залік
ОК 33	Управління персоналом	4	залік
ОК 34	Діджитал маркетинг	3	залік
ОК 35	Практика виробнича	6	залік
Загальний обсяг циклу професійної підготовки		111	
ОК 36	Кваліфікаційна робота	8	підсумкова атестація
	Публічний захист кваліфікаційної роботи	1	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів циклу професійної підготовки		120	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
2. ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
ВК 1	ВК 1.1. Іноземна мова	3	залік
	ВК 1.2. Етика професійної діяльності		
	ВК 1.3. Фінанси та банківська справа		
	Банк вибіркового дисциплін		
ВК 2	ВК 2.1. Основи сталого розвитку	4	залік
	ВК 2.2. Startap проекти		
	Банк вибіркового дисциплін		

ВК 3	ВК 3.1. Місцеве самоврядування і муніципальний маркетинг	3	залік
	ВК 3.2. Контролінг		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 4	ВК 4.1. Європейська інтеграція та захист національних інтересів	6	екзамен
	ВК 4.2. Політичний менеджмент і маркетинг		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 5	ВК 5.1. Державне регулювання економіки і державний маркетинг	6	екзамен
	ВК 5.2. Основи обліку і оподаткування		
	Банк вибірових дисциплін		
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ВК 6	ВК 6.1. Бренд-менеджмент і PR	5	залік
	ВК 6.2. Основи бізнесу		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 7	ВК 7.1. Моделі і методи прийняття управлінських рішень	7	залік
	ВК 7.2. Економічна безпека		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 8	ВК 8.1. Проєктний менеджмент	7	залік
	ВК 8.2. Бізнес-планування та бюджетування		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 9	ВК 9.1. Інтелектуальний аналіз даних	3	залік
	ВК 9.2. Web 2.0 та маркетингові стратегії у соціальних мережах		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 10	ВК 10.1. Логістика	6	екзамен
	ВК 10.2. Маркетинг у банку		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 11	ВК 11.1. Міжнародний маркетинг	4	залік
	ВК 11.2. Креативний маркетинг		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 12	ВК 12.1. Реклама та зв'язки з громадськістю	3	екзамен
	ВК 12.2. Продаж і управління продажами		
	Банк вибірових дисциплін		
ВК 13	ВК 13.1. Практикум з іноземної мови	3	залік
	ВК 13.2. Практичний тренінг з івент-маркетингу		
	Банк вибірових дисциплін		

<i>Загальний обсяг вибірових компонентів</i>	60
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	240

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (обов'язкові компоненти)



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація випускників освітньо-професійної програми "Маркетинг" здійснюється оцінюванням ступеню сформованості компетентностей шляхом виконання та захисту кваліфікаційної випускної роботи і видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня вищої освіти «бакалавр» кваліфікації «Бакалавр маркетингу». Форма випускної атестації - публічний захист випускної кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті університету, кафедри або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Відповідність програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (ОПП) конкретизовано у табл. 4.1.

5. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМ ОПП

У табл. 5.1. конкретизовано відповідність забезпечення результатів навчання (ПРН) компонентам освітньо-професійної програми (ОПП).

Таблиця 4.1 – Матриця відповідності програмних компетентностей обов’язковим компонентам ОПП

Програмні компетентності	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36		
ЗК 1		X				X		X				X		X																						X		
ЗК 2	X	X	X	X	X	X	X	X				X		X		X																			X	X		
ЗК 3							X		X			X	X		X		X	X	X			X	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X		X	X	
ЗК 4							X	X	X			X	X	X	X			X	X						X	X		X	X			X	X		X	X		
ЗК 5				X								X			X	X				X		X										X				X	X	
ЗК 6				X						X						X		X	X		X	X	X			X	X	X	X		X			X	X	X		
ЗК 7							X		X		X		X			X	X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
ЗК 8							X						X		X		X		X			X	X		X	X		X	X	X	X		X			X	X	
ЗК 9	X		X			X														X					X	X			X						X	X	X	
ЗК 10	X		X																																	X	X	
ЗК 11				X			X	X				X				X		X		X			X				X	X	X	X			X	X				
ЗК 12	X		X																										X							X	X	
ЗК 13			X									X				X					X		X												X	X		
ЗК 14								X																										X		X	X	
ЗК 15							X																													X	X	
СК 1				X												X					X	X	X		X	X		X							X	X		
СК 2																X						X	X		X										X	X		
СК 3																X	X	X	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X			X			X	X	
СК 4																X					X	X	X			X	X	X	X			X		X		X	X	
СК 5											X	X	X		X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X	
СК 6											X	X	X			X	X		X		X	X	X		X	X	X	X		X			X			X	X	
СК 7										X	X		X			X		X				X	X			X	X	X	X	X	X	X		X		X	X	
СК 8										X	X					X							X	X			X					X			X	X	X	
СК 9																						X				X						X		X		X	X	
СК 10						X									X					X					X				X						X	X	X	
СК 11										X	X						X	X	X		X	X							X			X				X	X	
СК 12						X	X								X	X		X	X		X		X		X	X	X	X	X	X		X	X			X	X	
СК 13																X		X					X			X	X			X			X			X	X	
СК 14																X				X	X	X	X			X	X	X	X				X			X	X	
СК 15																	X	X	X				X	X		X	X		X			X				X	X	
СК 16																		X					X							X			X				X	X
СК 17																X					X							X				X					X	X

Таблиця 5.1 – Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов’язковим компонентам ОПП

Прог- рамні результ ати навчан ня	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36		
ПРН 1				X		X										X						X	X		X					X					X	X		
ПРН 2	X		X	X			X		X	X	X		X		X	X	X		X		X	X		X	X	X			X	X	X	X	X			X	X	
ПРН 3			X			X	X		X		X		X		X	X	X			X	X	X	X		X	X		X		X			X			X	X	
ПРН 4	X		X				X			X	X		X		X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X		X	X	X	
ПРН 5				X			X			X		X	X		X	X	X	X	X		X	X	X		X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
ПРН 6				X			X		X			X			X	X	X		X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	
ПРН 7	X					X									X										X			X			X				X	X	X	
ПРН 8				X			X														X			X		X		X			X					X	X	
ПРН 9				X		X	X		X			X								X	X			X							X					X	X	
ПРН 10	X		X			X	X													X								X								X	X	
ПРН 11				X			X				X				X	X	X	X				X	X				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ПРН 12							X	X	X			X	X	X	X			X	X	X	X			X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ПРН 13				X												X	X				X	X									X	X		X		X	X	
ПРН 14																X				X	X						X	X	X					X	X	X	X	
ПРН 15	X	X	X	X	X	X		X				X				X																				X	X	
ПРН 16		X		X			X					X			X	X					X								X					X		X	X	
ПРН 17	X		X	X			X																						X								X	X
ПРН 18	X		X		X	X	X							X				X																X		X	X	
ПРН 19							X																														X	X
ПРН 20																	X	X				X	X	X	X	X			X			X	X			X	X	
ПРН 21																					X	X		X	X		X					X				X	X	

6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ ҐРУНТУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

А. Офіційні документи:

1. Закон «Про вищу освіту»: Із змінами, внесеними згідно із Законами № 2471-IX від 28.07.2022 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор професій : ДК 003:2010. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, ред. від 16.01.2024 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
4. Національна рамка кваліфікацій (редакція із змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ від 25.06.2020 р. №519). База даних «Законодавство України». ВР України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п#Text>
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 07.07.2021 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30.08.2024 р. № 1021. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-п#Text>
7. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки від 01.06.2016 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584). [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0600729-16#Text>

Б. Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-uidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>