

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ХАРКІВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

Освітньо-професійна програма

МАРКЕТИНГ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітня програма «Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівень вищої освіти

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна

від _____ р.

Протокол № _____

Введено в дію з 2024/2025 н.р.

наказом від _____ р. № _____

Проректор з науково-педагогічної роботи

_____ Олександр ГОЛОВКО

« ____ » _____ 20__ р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі
спеціальності 075 Маркетинг

Освітню програму розглянуто та схвалено:

1. Науково-методичній раді Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна протокол № ____ від «__» _____ 2024 р.

Голова науково-методичної ради,
проректор з науково-педагогічної роботи _____ (Олександр ГОЛОВКО)

1.1. Вчена рада економічного факультету:
протокол № ____ від «__» _____ 2024 р.

Голова Вченої ради факультету _____ (Віталій ДЯЧЕК)

1.2. Науково-методична комісія економічного факультету:
протокол № 9 від «12» квітня 2024 р.

Голова науково-методичної
комісії факультету _____ (Тетяна ПОНОМАРЬОВА)

1.3 Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва
протокол № 12 від «08» квітня 2024 р.

В.о. завідувача кафедри к.е.н., доцент _____ (Оксана БОЛОТНА)

ПРЕАМБУЛА

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові	Найменування посади (для сумісників – місце основної роботи, посада)	Науковий ступінь, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно
Керівник робочої групи		
БОЛОТНА ОКСАНА ВОЛОДИМИРІВНА	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг», диплом ДК № 013579 від 13.03.2002 р. Доцент по кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, атестат 12ДЦ 037691 від 17.01.2014 р.
Члени робочої групи		
Мозгова Галина Валентинівна	Доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.02.03 - «Організація, управління, планування і регулювання економікою», диплом ДК № 038429 від 14.12.06 р. Доцент по кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, атестат 12ДЦ № 037697 від 17.01.14 р.
Кузьминчук Наталія Володимирівна	Професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством», диплом ДД № 002072 від 31.05.2013 р. Професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, атестат 12ПР №009956 від 31.10.2014 р.
Князева Поліна Ігорівна	Здобувач вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг Освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня	

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Шевчук О.О. – Голова Громадської спілки «ОСА Україна»
2. Макєєв С.Ю. – Виконавчий директор мережі супермаркетів «Класс»
3. Савченко Т.В. - д.е.н., доцент кафедри маркетингу, підприємства і торгівлі, Одеський національний технологічний університет
4. Головахіна О.М. – директорка з персоналу бізнес-групи «Крон»
5. Сивків Дмитро – випускник вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня

При розробленні проєкту Програми враховані вимоги:

1. Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: наказ Міністерства освіти і науки України від 5 грудня 2018 року № 1343.
2. Професійного стандарту «Рекламист»: наказ Міністерства економіки України від 11 січня 2022 року № 81-22.
3. Нормативних документів:
 - Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 25.02.2024).
 - Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення:23.01.2024).
 - Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017) // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10> (дата звернення: 25.02.2024).
 - Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п> (дата звернення: 20.02.2024).
 - Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017) // База даних «Законодавство України»/ ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п> (дата звернення: 23.02.2024).
 - Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти // URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf> (дата звернення: 19.02.2024).

Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Економічний факультет
Офіційна назва програми	Маркетинг
Ступінь вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Кваліфікація, що присвоюється	Бакалавр маркетингу
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавр маркетингу, Одиничний, 240 кредитів ЄКТС, навчання – 3 роки, 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, серія НД № 2189520 від 8 липня 2014 р. протокол № 110 виданий Акредитаційною комісією МОН України
Передумови	Атестат про повну загальну середню освіту, сертифікати ЗНО, диплом молодшого бакалавра. Інші вимоги визначаються правилами прийому Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Мова викладання	Українська/ Англійська
Термін дії освітньої програми	3 роки 10 місяців
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.econom.kharkov.ua/ https://karazinmmved.wixsite.com/mmzed/marketingbakalavr
2 – Мета освітньої програми	
Підготувати бакалаврів з маркетингу, які володіють глибокими фундаментальними знаннями та професійними компетентностями щодо впровадження ефективної маркетингової діяльності підприємств, організацій різних сфер діяльності	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Спеціалізація: «Маркетинг» Освітня програма є міждисциплінарною: Обов'язкова компонента становить 180 кредитів Вибіркова компонента – 60 кредитів <i>Об'єктами вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</i> <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності

	<p>ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); методики, що використовуються у маркетингу (методики маркетингових досліджень; методики економічної діагностики; методики прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур маркетингу; методи мотивування; методи контролю; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності маркетингової діяльності тощо).</p> <p><i>Інструментарій та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, комунікаційні системи, які необхідні для прийняття та імплементації маркетингових рішень. Використання мультимедійного устаткування для підвищення наочності матеріалу, що вивчається; аудіо та відео файли для більш ґрунтовного ознайомлення з окремими темами дисциплін; Moodle для дистанційного навчання; робота з офісним та спеціалізованим програмним забезпеченням під час пошуку та оброблення аналітичної інформації при підготовці до розрахунково-аналітичних робіт тощо.</p>
--	---

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна. Орієнтована на формування здатності здійснювати маркетингову, аналітичну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі маркетингу, щодо поєднання теорії з практикою маркетингової діяльності, в тому числі на міжнародних ринках, як найбільшої умови підготовки конкурентоспроможного фахівця на ринку праці. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, поведінка споживачів, маркетингові дослідження, маркетингові рішення, маркетингова стратегія, міжнародний маркетинг, кросфункціональність, полікультурність, цифровізація.
Особливості програми	Особливості освітньо-професійної програми орієнтовані на комплекс знань і навичок з маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів, в тому числі на міжнародних ринках, на володіння сучасними економічним мисленням, необхідним для впровадження ефективної маркетингової діяльності, а також, на володіння сучасними цифровими технологіями в сфері маркетингу, в тому числі на міжнародних ринках, та навичками роботи з прикладним програмним забезпеченням.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр маркетингу може обіймати первинні посади відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 (чинний, зі змінами, внесеними 23.06.2023), випускники можуть займати посади, які пов'язані з плановою (у т. ч. прогнозною), аналітичною, проєктною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, а саме: 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні; 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливість навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного підходів з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання, тренінгів, досліджень, проєктних методів, розв'язання ситуаційних завдань, використання кейс-методів та ділових ігор тощо); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого підходу, розвитку комунікативних та лідерських якостей, вміння працювати в команді.
Оцінювання	Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Харківському національному університеті імені В.Н. Каразін за 100-бальною шкалою та за однією зі шкал, прийнятих в університеті. Поточний контроль – оцінювання опрацювання лекцій, виконання практичних завдань та самостійної роботи, тестування, презентації індивідуальних та групових завдань, письмових есе, курсових робіт/проєктів, доповідей на семінарських заняттях. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю.
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 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

	<p>активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p>СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК 13. Здатність планування і провадження ефективною маркетинговою діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.</p> <p>СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

	<p>СК 15*. Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, та визначати основні складові та характеристики створення маркетингової політики підприємства на міжнародних ринках</p>
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та</p>

	<p>цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПРН 19*. Обирати та застосовувати маркетинговий інструментарій для дослідження стану та перспектив розвитку різних сегментів міжнародного ринку товарів та послуг.</p>
--	---

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Специфічні характеристики кадрового забезпечення	<p>Склад викладачів освітньої програми відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти, що затверджені Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 365 від 24.03.2021 р.). Можна додати, що до реалізації програми долучаються висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи за фахом та представники топ-менеджменту підприємств-роботодавців.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	<p>Навчально-наукова робота за освітньою програмою забезпечена сучасними технічними засобами та відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти, які затверджені Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 365 від 24.03.2021 р.).</p> <p>Навчальні заняття проводяться з використанням сучасного програмного забезпечення. Використовуються як хмарні технології, так і рішення, які дозволяють студентам опанувати навички роботи з готовими CRM-системами, а також будувати бази даних відповідно до інформаційних потреб фахівців підприємств, організацій. Особлива увага приділяється інформаційним технологіям аналітичного оброблення інформації, управління проектами, управління командною роботою, генерування ідей, побудови інфографіки, створення сайтів та іншому програмному забезпеченню реалізації маркетингової діяльності.</p>
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	<p>Здобувачі вищої освіти, що навчаються за цією освітньою програмою, та науково-педагогічний персонал можуть використовувати бібліотечно-інформаційний ресурс, наукову бібліотеку університету, отримати доступ до всіх друкованих видань різними мовами. Бібліотека підтримує відкритий доступ до знань через репозиторій (електронний архів) університету.</p> <p>Інформаційні характеристики:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – офіційний сайт Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна: https://karazin.ua/, – сайт економічного факультету: https://econom.univer.kharkov.ua/, сайт кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва: https://karazinmmved.wixsite.com/mmzed; – точки необмеженого бездротового доступу до мережі Інтернет; – система електронного навчального середовища Moodle: https://moodle.karazin.ua/, що забезпечує доступ до матеріалів українською та англійською мовами з дисциплін освітньої програми. <p>Центральна наукова бібліотека http://www-library.univer.kharkov.ua/ukr/ надає доступ до багатьох відомих електронних баз даних:</p> <ul style="list-style-type: none"> - електронні архіви: eKhNUIR – електронний архів університету, LIBRARIA – архів укр. періодики, Karazin.Back2News – архів періодичних видань із фондів ЦНБ; - електронні ресурси: - ресурси Elsevier: ScienceDirect, Scopus, SciVal; - ресурси Clarivate: Web of Science, eLibraryUSA, Research4Life; - глобальна онлайн-платформа навчання Coursera; - ресурси відкритого доступу: SAGE Gold OA, STATISTA infographic, Дисертації EBSCO.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між ХНУ імені В. Н. Каразіна та закладами вищої освіти.</p> <p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання в закладах вищої освіти України. До керівництва роботою студентів можуть бути залучені провідні фахівці закладів вищої освіти України на умовах індивідуальних договорів. Кредити, отримані в інших закладах вищої освіти України, перезараховуються здобувачу вищої освіти відповідно до довідки про академічну мобільність.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Студенти у ході навчання мають можливість брати участь у програмах академічної мобільності у формі навчання за освітньо-професійними програмами кредитної або ступеневої академічної мобільності, мовного стажування, навчально-наукового стажування, практики, участі у літніх школах тощо. В рамках програми Еразмус+ студенти економічного факультету мають можливість поїхати навчатися до наступних іноземних ЗВО: Європейський Університет Відріна (Франкфурт-на-Одері, Німеччина); Варшавський університет (Варшава, Польща); Вища школа економіки та суспільства (Людвігсхафен, Німеччина); Університет прикладних наук ІМС (Кремс, Австрія); Університет Тарту (Тарту, Естонія); Університет Миколая Коперника (Торунь; Польща) та ін. За двосторонніми угодами про співпрацю студенти можуть навчатися за обміном в Познанському університеті економіки та бізнесу (Познань, Польща); Лодзькому університеті (Лодзь, Польща); Університеті Бокконі (Мілан, Італія); Університеті Клагенфурта (Австрія) тощо.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту».</p>

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

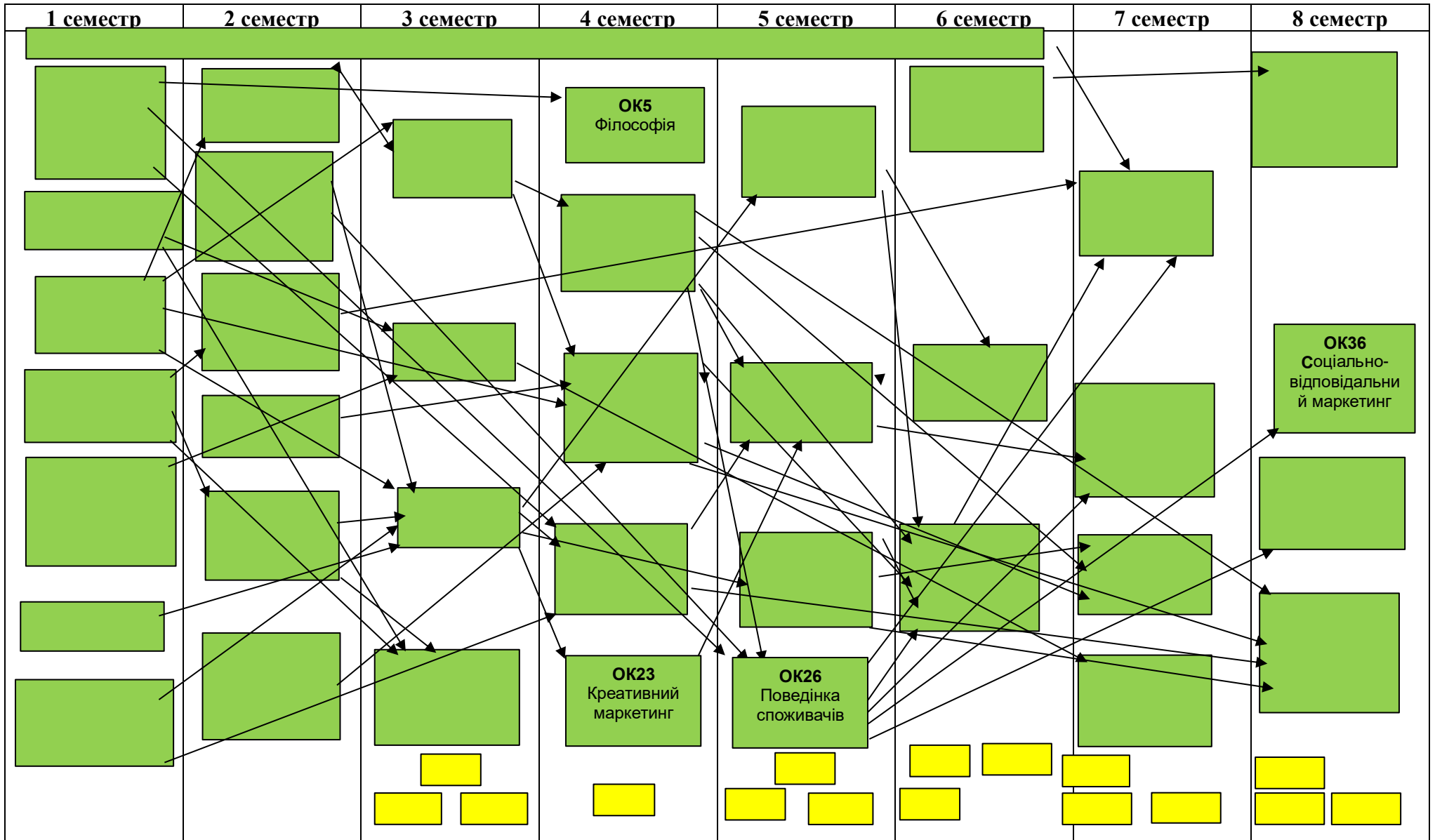
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Історія України: цивілізаційний вимір	3	екзамен
ОК 2.	Правознавство	3	залік
ОК 3.	Вища математика	4	залік
ОК 4.	Інформатика	4	залік
ОК 5.	Філософія	3	екзамен
ОК 6.	Макро-мікроекономіка	4	залік
ОК 7.	Іноземна мова за фахом	12	КР, екзамен
ОК 8.	Економіка знань у цифровому суспільстві	4	екзамен
ОК 9.	Вступ до фаху	5	екзамен
ОК 10.	Бізнес-комунікації	5	екзамен
ОК 11.	Психологія в управлінні та маркетингу	5	екзамен
ОК 12.	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 13.	Основи підприємництва	5	екзамен
ОК 14.	Статистика	4	залік
ОК 15.	Економіка суб'єктів господарювання	4	залік
ОК 16.	Візуалізація маркетингової інформації	5	екзамен
ОК 17.	Економетрика	5	залік
ОК 18.	Маркетинг	5	екзамен
ОК 19.	Менеджмент	5	залік
ОК 20.	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 21.	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 22.	Маркетингова політика комунікацій	5	екзамен
ОК 23.	Креативний маркетинг	5	екзамен
ОК 24.	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ОК 25.	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОК 26.	Поведінка споживачів	5	екзамен
ОК 27.	Маркетингова цінова політика	5	екзамен
ОК 28.	Тренінг Електронний бізнес	5	екзамен
ОК 29.	CRM-системи в маркетингу	5	екзамен
ОК 30.	Маркетингове та бізнес-планування	5	екзамен
ОК 31.	Соціальний медіа маркетинг (SMM)	5	екзамен
ОК 32.	Виробнича практика	6	екзамен
ОК 33.	Маркетинг у галузях та сферах діяльності	5	екзамен
ОК 34.	Тренінг з інформаційних технологій у маркетингу	5	екзамен
ОК 35.	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ОК 36.	Соціально-відповідальний маркетинг	5	екзамен
ОК 37.	Інноваційний маркетинг	5	екзамен
ОК 38.	Атестаційний кваліфікаційний екзамен		Підсумкова атестація
Загальний обсяг обов'язкових дисциплін			180

Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1	Вибірковий освітній компонент 1	3	залік
ВК 2	Вибірковий освітній компонент 2	3	залік
ВК 3	Вибірковий освітній компонент 3	3	залік
ВК 4	Вибірковий освітній компонент 4	3	залік
ВК 5	Вибірковий освітній компонент 5	4	залік
ВК 6	Вибірковий освітній компонент 6	4	залік
ВК 7	Вибірковий освітній компонент 7	4	залік
ВК 8	Вибірковий освітній компонент 8	4	залік
ВК 9	Вибірковий освітній компонент 9	4	залік
ВК 10	Вибірковий освітній компонент 10	4	залік
ВК 11	Вибірковий освітній компонент 11	4	залік
ВК 12	Вибірковий освітній компонент 12	4	залік
ВК 13	Вибірковий освітній компонент 13	4	залік
ВК 14	Вибірковий освітній компонент 14	4	залік
ВК 15	Вибірковий освітній компонент 15	4	залік
ВК 16	Вибірковий освітній компонент 16	4	залік
Загальний обсяг вибірових дисциплін		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

Каталоги вибірових дисциплін та процедуру їх вибору розміщено на сайті [https://drive.google.com/drive/folders/100TIGR_15FhXvmbrRHViEP9iSbV8uTqU?usp=drive link](https://drive.google.com/drive/folders/100TIGR_15FhXvmbrRHViEP9iSbV8uTqU?usp=drive_link)

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену.
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	<p>Кваліфікаційний екзамен складається з:</p> <ul style="list-style-type: none">– тестової перевірки знань, що формують основні компетентності бакалаврів зі спеціальності 075 Маркетинг. На атестацію виносяться такі нормативні дисципліни професійної та практичної підготовки за фахом: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова комунікаційна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингові дослідження»;– комплексних кваліфікаційних (розрахунково-аналітичних) завдань, що вміщують умови залучення випускника до певних видів діяльності, передбачених посадовими обов'язками первинних посад даного професійного профілю. <p>Атестація випускників проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінки якості вирішення випускниками задач маркетингової діяльності, передбачених даною ОПП. Кваліфікацію випускникам надає кваліфікаційна комісія.</p>
Вимоги до кваліфікаційного екзамену (екзаменів)	Кваліфікаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та даною освітньо-професійною програмою.

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОП

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК38						
БК 1	+	+			+			+			+																											+						
БК 2	+	+			+			+			+		+																										+					
БК 3						+						+	+				+	+			+		+	+	+				+					+	+									
БК 4			+	+	+	+		+		+	+		+	+	+			+					+	+					+	+		+							+					
БК 5													+						+												+		+											
БК 6									+					+					+	+	+	+	+			+		+	+											+				
БК 7	+		+			+				+	+	+	+	+						+		+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
БК 8													+	+		+	+			+							+													+				
БК 9				+												+	+		+		+	+		+						+		+					+			+				
БК 10							+																																					
БК 11										+	+											+	+		+					+		+									+			
БК 12										+												+																				+		
БК 13												+																											+					
БК 14					+								+						+														+					+	+					
СК 1							+		+									+		+		+		+				+	+		+	+	+						+	+				
СК 2								+										+											+								+							
СК 3													+		+						+										+											+		
СК 4																		+				+		+	+			+								+					+			
СК 5														+						+		+	+	+					+			+				+			+	+	+	+		
СК 6													+								+						+															+		
СК 7														+					+	+																						+		
СК 8																			+											+		+											+	
СК 9																							+	+																	+	+		
СК 10				+																					+				+		+			+	+									
СК 11																						+		+		+		+						+										
СК 12							+			+						+						+				+		+		+													+	
СК 13		+																	+	+																	+		+			+		
СК 14		+																	+											+														
СК 15*																											+									+		+						

6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38			
ПРН 1									+									+									+					+						+			
ПРН 2						+						+	+	+				+	+			+				+	+		+					+					+		
ПРН 3											+			+				+		+		+	+	+		+	+					+	+	+	+		+	+			
ПРН 4														+	+			+		+							+								+				+		
ПРН 5																			+			+					+												+		
ПРН 6																			+	+	+					+		+			+								+		
ПРН 7				+												+						+		+					+		+			+				+			
ПРН 8			+																		+		+	+	+				+			+		+	+			+			
ПРН 9																				+		+									+										
ПРН 10							+									+				+		+									+										
ПРН 11						+								+									+			+												+	+	+	
ПРН 12	+		+		+	+		+		+	+		+	+	+	+								+		+						+							+		
ПРН 13													+							+									+		+										
ПРН 14																			+				+	+						+		+									
ПРН 15	+	+			+						+	+	+								+											+					+	+			
ПРН 16				+																				+	+				+		+		+	+							
ПРН 17							+			+													+	+						+										+	
ПРН 18	+				+	+		+		+		+																											+		
ПРН 19*																												+							+		+				