

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ перший (бакалаврський)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Управління та адміністрування
КВАЛІФІКАЦІЯ бакалавр маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова вченої ради Сергій ПЕТРОВ
Протокол № 6
від «19» грудня 2023 р.
Освітня програма вводиться в дію
від «01» серпня 2024 р.
Ректор Денис КОВАЛЕНКО
наказ № 426 від «19» грудня 2023 р.



ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
Інтернет-маркетинг

(назва освітньої програми)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
(назва галузі знань)

Спеціальність 075 Маркетинг
(назва спеціальності)

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
(початковий рівень (короткий цикл), перший (бакалаврський), другий (магістерський))

Кваліфікація бакалавр маркетингу
(назва кваліфікації)

Гарант освітньої програми

Черняєва Анна Олександрівна, к.е.н., доцент

Розробники програми:

Чобіток Вікторія Іванівна, д.е.н., професор

Андрющенко Олена Борисівна, к.держ.упр., доцент

Черняєва Анна Олександрівна, к.е.н., доцент

Кононов Олександр Іванович, к.е.н.

Морозова Ольга Олександрівна, асистент кафедри

Гіль Борис Сергійович, фізична особа-підприємець,

випускник спеціальності 075 «Маркетинг»

Швець Дар'я Дмитрівна – здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» групи МР- 21



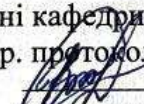
Рецензенти освітньої програми:

1. Літвінчик Сергій Вікторович – фізична особа-підприємець «Літвінчик С. В.»

2. Годунов Сергій Дмитрович – фізична особа-підприємець «Годунов Сергій Дмитрович», Smart Studio, X-Cutter

3. Обруч Ганна Володимирівна – д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Української державної академії залізничного транспорту

4. Веркуш Дмитро Михайлович – голова наглядової ради ТОВ «Вадарт- груп».

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
від «01» жовтня 2023 р. протокол № 3
завідувач кафедри  Вікторія ЧОБІТОК
(підпис) (ім'я, прізвище)

«01» жовтня 2023 р.

Погоджено

Вчена Рада Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих

від «25» жовтня 2023 р. протокол № 3

Керівник інституту  Юрій БРИТАН
(підпис) (ім'я, прізвище)

«19» грудня 2023 р.

Перший проректор

з науково-педагогічної роботи

«__» _____ р.



ПЕРЕДМОВА

Освітня програма «Інтернет-маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг розроблена відповідно до дескрипторів Національної рамки кваліфікацій.

Внесено кафедрою маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії.

Розроблено робочою групою у складі:

1. Черняєва А. О. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії., керівник групи.

2. Чобіток В. І. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії.

3. Андрющенко О. Б. – кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії.

4. Кононов О. І. – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії.

5. Морозова О. О. – асистент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії.

6. Гіль Б. С. – фізична особа-підприємець, випускник спеціальності 075 «Маркетинг».

6. Швець Д. Д. – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» групи МР-21.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Обруч Ганна Володимирівна – д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Української державної академії залізничного транспорту.

2. Літвінчик Сергій Вікторович – фізична особа-підприємець «Літвінчик С. В».

3. Годунов Сергій Дмитрович – фізична особа-підприємець «Годунов Сергій Дмитрович», Smart Studio, X-Cutter

4. Веркуш Дмитро Михайлович – голова наглядової ради ТОВ «Вадарт-груп».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Українська інженерно-педагогічна академія, Навчально-науковий інститут педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих, кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: Бакалавр Спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Інтернет-маркетинг Кваліфікація: Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Інтернет-маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний: 1. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. 2. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), термін навчання 2 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності АД 21015436, дійсний до 01.07.2027
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	-
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.uipa.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
ОП спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним управлінсько-економічним мисленням та відповідними інноваційними компетентностями з використанням електронних технологій, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<i>Об'єкт вивчення:</i> процес формування маркетингової діяльності з використанням електронних технологій як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним управлінсько-економічним мисленням та відповідними інноваційними компетентностями з використанням електронних технологій, 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

	<p>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 із застосуванням сучасних електронних технологій.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень із застосуванням сучасних електронних технологій.</p> <p>Обов'язкові освітні компоненти – 75 %, в т. ч. практична підготовка – 10 %; атестація – 5 %.</p> <p>Освітні компоненти за вибором здобувачів вищої освіти – 25 %.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна прикладна.</p> <p>Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетологів, які є здатними до швидкої адаптації до сучасних умов ведення економічної діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів із застосуванням сучасних електронних технологій.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, маркетингові стратегії, управління бізнесом, методики інтернет-маркетингу.</p>
Особливості програми	<p>Практична підготовка впродовж навчання в організаціях, які займаються маркетинговою діяльністю; інтерактивні виїзні практичні заняття; поглиблене вивчення іноземної мови.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 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 із застосуванням сучасних електронних технологій, а саме: помічника керівника підприємства (установи, організації); представника торговельного; інспектора торговельного; організатора з постачання; організатора із збуту; закупника, агенту комерційного; агенту торговельного; комівояжера; торговця (обслуговування бізнесу); помічник керівника підрозділів маркетингу; помічник начальника відділу збуту (маркетингу); менеджер з маркетингу; консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту</p>

	(маркетолог); менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) зі збуту.
Подальше навчання	Можливість продовжити 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 навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
Оцінювання	Всі види поточного оцінювання знань протягом виконання навчального плану (письмові екзамени, презентація індивідуальних робіт і проєктів, поточний контроль: тестування, вирішення задач та ситуаційних вправ, кейсів, дебати, публічні виступи; підсумковий контроль, атестація (випускна кваліфікаційна робота).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>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.</p> <p>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.</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>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 15. Здатність розробляти та використовувати маркетингові digital інструменти.</p> <p>ФК 16. Здатність розробляти та досліджувати E-commerce платформи, пошукові системи та сайти.</p> <p>ФК 17. Здатність ефективно використовувати інструменти інтернет-маркетингу для проведення досліджень на внутрішньому та зовнішньому ринках.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<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,</p>

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.

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.

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.

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. Розробляти та використовувати маркетингові digital інструменти.

ПРН 20. Розробляти та досліджувати E-commerce платформи,

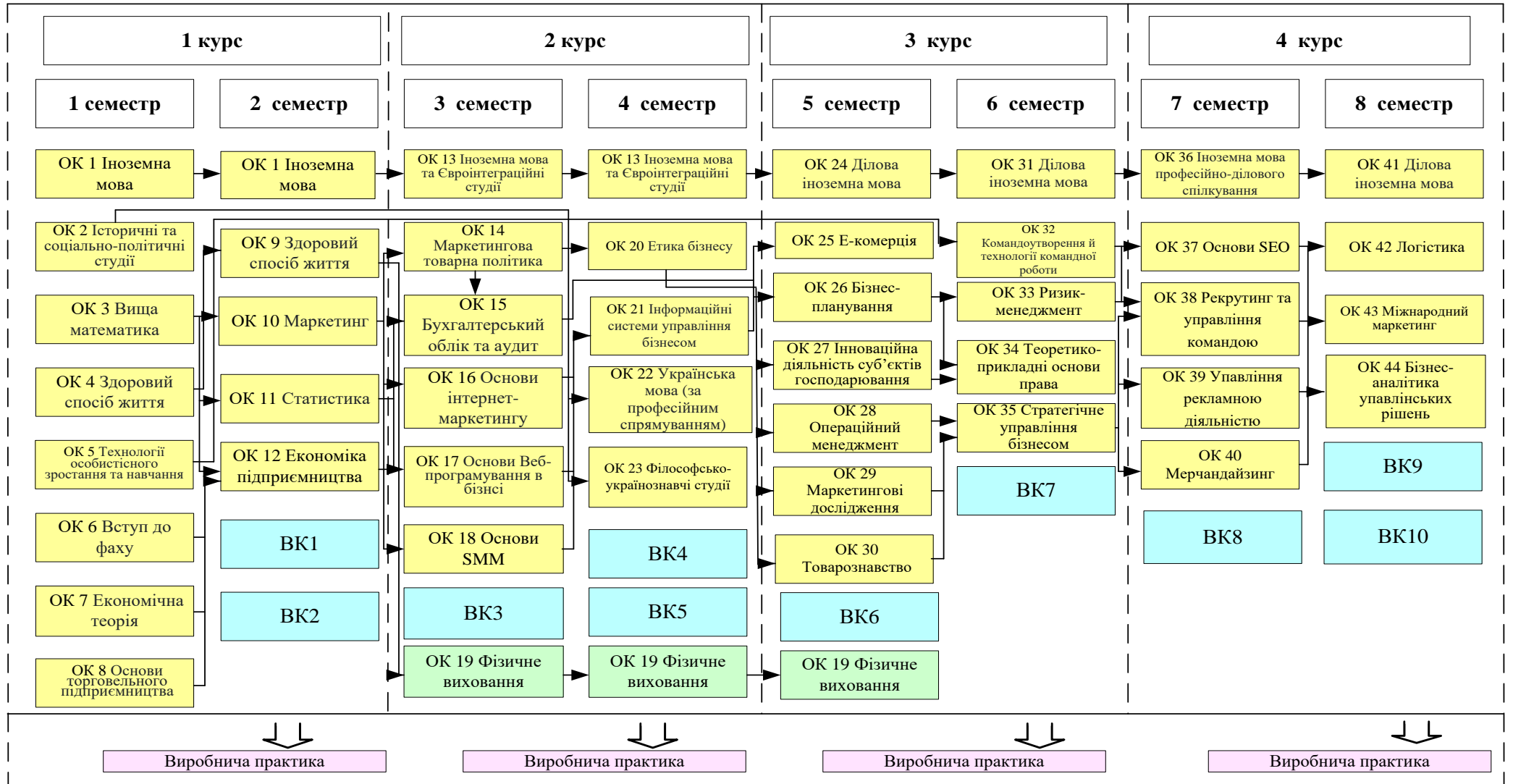
	пошукові системи та сайти. ПРН 21. Використовувати інструменти інтернет-маркетингу для проведення досліджень на внутрішньому та зовнішньому ринках.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Українською інженерно-педагогічною академією та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Українською інженерно-педагогічною академією та закладами-партнерами зарубіжних країн.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	У разі акредитації освітньої програми.

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

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Семестр	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП				
ОК 1	Іноземна мова	6	1-2	Залік
ОК 2	Історичні та соціально-політичні студії	6	1	Екзамен
ОК 3	Вища математика	6	1	Екзамен
ОК 4	Здоровий спосіб життя	1,5	1	Залік
ОК 5	Технології особистісного зростання та навчання	3	1	Залік
ОК 6	Вступ до фаху	3	1	Залік
ОК 7	Економічна теорія	3	1	Екзамен
ОК 8	Основи торговельного підприємництва	4	1	Екзамен
ОК 9	Здоровий спосіб життя	1,5	2	Залік
ОК 10	Маркетинг	5	2	Екзамен
ОК 11	Статистика	3	2	Екзамен
ОК 12	Економіка підприємництва	3	2	Екзамен
ОК 13	Іноземна мова та Євроінтеграційні студії	7	3-4	Залік
ОК 14	Маркетингова товарна політика	6	3	Екзамен/КП
ОК 15	Бухгалтерський облік та аудит	3	3	Екзамен
ОК 16	Основи інтернет-маркетингу	3	3	Екзамен
ОК 17	Основи Веб-програмування в бізнесі	3	3	Залік
ОК 18	Основи SMM	3	3	Екзамен
ОК 19	Фізичне виховання	-	3-5	Залік
ОК 20	Етика бізнесу	3	4	Екзамен
ОК 21	Інформаційні системи управління бізнесом	3	4	Екзамен
ОК 22	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	4	Екзамен
ОК 23	Філософсько-українознавчі студії	6	4	Екзамен
ОК 24	Ділова іноземна мова	1,5	5	Залік
ОК 25	Е-комерція	3	5	Залік
ОК 26	Бізнес-планування	3	5	Екзамен
ОК 27	Інноваційна діяльність суб'єктів господарювання	3	5	Екзамен
ОК 28	Операційний менеджмент	4	5	Екзамен
ОК 29	Маркетингові дослідження	5	5	Екзамен/КП
ОК 30	Товарознавство	3	5	Екзамен
ОК 31	Ділова іноземна мова	1,5	6	Екзамен
ОК 32	Командоутворення й технології командної роботи	3	6	Екзамен
ОК 33	Ризик-менеджмент	3	6	Екзамен
ОК 34	Теоретико-прикладні основи права	6	6	Екзамен
ОК 35	Стратегічне управління бізнесом	3	6	Залік
ОК 36	Іноземна мова професійно-ділового спілкування	1,5	7	Залік
ОК 37	Основи SEO	3	7	Екзамен
ОК 38	Рекрутинг та управління командою	6	7	Екзамен/КП
ОК 39	Управління рекламною діяльністю	4	7	Екзамен
ОК 40	Мерчандайзинг	3	7	Екзамен
ОК 41	Ділова іноземна мова	1,5	8	Залік

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Семестр	Форма підсумкового контролю
ОК 42	Логістика	3	8	Екзамен
ОК 43	Міжнародний маркетинг	4	8	Екзамен
ОК 44	Бізнес-аналітика управлінських рішень	3	8	Екзамен
Практична підготовка				
ОК 45	Виробнича практика 1	6	2	Залік
ОК 46	Виробнича практика 2	3	4	Залік
ОК 47	Виробнича практика 3	6	6	Залік
ОК 48	Переддипломна практика	3	8	Залік
Атестація				
ОК 49	Дипломне проектування	9	8	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180		
Вибіркові компоненти ОП				
Загальний обсяг вибірових компонент:		60		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			240	

3. Структурно-логічна схема ОП



Дипломне проектування

- обов'язкові компоненти
- вибіркові компоненти
- практика
- дипломне проектування
- позакридитна

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти на освітній програмі «Інтернет-маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присвоєння кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр галузь знань Управління та адміністрування спеціальність Маркетинг Атестація здійснюється відкрито і публічно.
Вимоги до 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 оприлюднюється в репозиторії закладу вищої освіти.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам 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	ОК 39	ОК 40	ОК 41	ОК 42	ОК 43	ОК 44										
ЗК 1		+		+	+	+			+																																													
ЗК 2		+		+	+	+			+																																													
ЗК 3			+			+	+	+		+	+	+		+	+						+					+	+	+	+														+		+									
ЗК 4					+	+	+				+	+								+							+	+	+														+		+									
ЗК 5						+				+				+			+	+									+		+											+	+					+								
ЗК 6										+		+		+		+						+					+	+		+												+				+								
ЗК 7						+		+		+	+	+		+	+			+	+						+	+																		+		+		+						
ЗК 8																													+																+		+		+					
ЗК 9					+			+			+	+	+			+					+	+	+		+	+		+	+	+						+						+	+	+	+	+	+	+						
ЗК 10	+												+											+																			+											
ЗК 11					+	+														+	+					+		+		+													+											
ЗК 12								+		+		+		+		+		+							+	+		+	+		+	+	+										+				+		+					
ЗК 13							+								+		+				+					+	+		+	+															+		+		+					
ЗК 14		+		+	+										+		+			+				+		+	+	+	+																				+					
ФК 1										+			+		+		+													+														+					+					
ФК 2										+			+		+		+																													+				+				
ФК 3			+								+											+				+		+	+																				+					
ФК 4										+			+		+		+		+																													+			+			
ФК 5										+			+		+		+		+																														+					
ФК 6										+	+	+	+		+		+		+			+			+	+		+	+	+																	+			+				
ФК 7										+		+	+	+		+						+			+	+		+	+	+																	+			+				
ФК 8								+				+													+	+	+	+																					+		+			
ФК 9												+	+												+	+	+	+	+																					+		+		
ФК 10																+	+	+				+			+	+																							+			+		
ФК 11						+		+		+	+	+	+		+		+										+	+		+	+																+			+		+		
ФК 12																+	+										+																						+		+		+	
ФК 13								+		+	+	+	+												+	+																									+		+	
ФК 14							+				+	+															+	+	+	+	+	+																		+		+		+
ФК 15																+	+	+								+	+	+	+	+	+																	+		+		+		
ФК 16																+	+	+								+	+	+	+	+	+																	+		+		+		
ФК 17																+	+	+								+	+	+	+	+	+																	+		+		+		

**6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними 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	ОК 39	ОК 40	ОК 41	ОК 42	ОК 43	ОК 44			
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																+	+	+				+				+	+	+	+	+	+					+		+					+	+	+	+	
ПРН 20																+	+	+				+				+	+	+	+	+	+					+		+					+	+	+	+	
ПРН 21																+	+	+				+				+	+	+	+	+	+					+		+					+	+	+	+	

Перелік умовних скорочень:

ОП – освітня програма

ЗК – загальні компетентності

СК – спеціальні компетентності

ОК – обов'язкова компонента освітньої програми ПРН – програмні результати навчання