МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальності D5 «Маркетинг»
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою Державного університету «Житомирська політехніка»
Головуюча на засіданні Вченої ради
_____ Оксана ОЛІЙНИК
(протокол від 27 квітня 2026 р. №7)
Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2026 р.
В.о. ректора
_____ Оксана ОЛІЙНИК
(наказ від 28 квітня 2026 р. № 122/од)

Житомир – 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальності D5 «Маркетинг»

ПОГОДЖЕНО
Кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Протокол № 4 від 10 квітня 2026 р
Завідувач кафедри
_____ Тетяна ОСТАПЧУК

ПОГОДЖЕНО
Вчена рада факультету бізнесу та сфери обслуговування
Протокол № 5 від 20 квітня 2026 р
Декан факультету
_____ Галина ТАРАСЮК

ПОГОДЖЕНО
Начальник навчально-методичного відділу
_____ Вікторія МЕЛЬНИК-ШАМРАЙ
21. 04. 2026 р

ПОГОДЖЕНО
Начальник відділу моніторингу та забезпечення якості
_____ Ігор СВІТЛИШИН
21. 04. 2026 р

ПОГОДЖЕНО
Науково-методична рада
Державного університету
«Житомирська політехніка»
Протокол № 3 від 22 квітня 2026 р
Голова НМР Житомирської політехніки
_____ Андрій МОРОЗОВ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму розроблено робочою групою у складі:

ПРІЗВИЩЕ та власне ім'я	*Науковий ступінь, вчене звання, посада*	*Роль у робочій групі*
ЗАВАЛІЙ Тетяна	д. філос., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка»	Гарант ОПП
ЮШКЕВИЧ Олена	д.е.н., доц., професор кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка»	Член робочої групи
ВИГОВСЬКИЙ Володимир	к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка»	Член робочої групи
СОТНИК Ангеліна	к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка»	Член робочої групи
ТКАЧУК Ганна	к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка»	Член робочої групи
КОВАЛЬЧУК Світлана	д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова	Член робочої групи
ЮРКІВСЬКА Людмила	к.е.н., доц., начальник відділу маркетингу і реклами АТ «Рудь»	Член робочої групи
ПЕТРЕНКО Вікторія	здобувач вищої освіти (група МА-1)	Член робочої групи
ЧЕРНИШОВ Данііл	здобувач вищої освіти (група МА-4)	Член робочої групи

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний університет «Житомирська політехніка» Факультет бізнесу та сфери обслуговування Кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Назва освітньої програми	Маркетинг
Тип освітньої програми	освітньо-професійна
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти	«бакалавр»
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Спеціалізація або предметна спеціальність (за наявності)	–
Тип диплома	Диплом бакалавра, одиничний
Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	–
Мова (мови) викладання	Українська
Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання програми	240 кредитів ЄКТС
Форми здобуття освіти за освітньою програмою та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Очна (денна) 3 роки 10 місяців
Освітня кваліфікація	бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	бакалавр маркетингу
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Наявність повної загальної середньої освіти або освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст», освітнього рівня «Молодший бакалавр», ступеня «фаховий молодший бакалавр»
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти Сертифікат про акредитацію освітньої програми №20168 від 26.03.2026 року, дійсний до 01.07.2031
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень FQ-EHEA – перший цикл EQF-LLL – 6 рівень
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=6347 https://vstup.ztu.edu.ua/bakalavr/075-marketyng/
2 – Мета освітньої програми	
Основною ціллю освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності; які здатні використовувати набуті знання та уміння з питань маркетингу в умовах цифровізації, розвитку електронної комерції, глобалізації ринків і актуалізації соціально- та екологічно-відповідального бізнесу	
3 - Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	**Об’єкт (об’єкти) вивчення та/або діяльності** – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів

	ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. **Теоретичний зміст предметної області –** суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності. **Методи, методики та технології –** загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. **Інструменти та обладнання –** сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для провадження ефективної маркетингової діяльності
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма. Структура програми передбачає цілісний та збалансований комплекс логічно взаємопов'язаних обов'язкових освітніх компонент, широкі можливості вибору дисциплін на вибір та практичну складову (навчальні, виробничу, переддипломну практики), чим уможливлює формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти та здобуття ним сукупності професійних і соціальних навичок, необхідних для фахової маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях
Основний фокус освітньої програми	Основний фокус підготовки бакалаврів маркетингу полягає у підготовці фахівців у сфері маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного провадження маркетингової діяльності на рівні окремого суб'єкта господарювання через дослідження ринків, планування та організацію товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик на основі застосування сучасних методів і технологій, з урахуванням світового досвіду у сфері маркетингу та необхідності гармонізації комерційної спрямованості бізнесу з соціальною відповідальністю та екологічними принципами. *Ключові слова:* маркетинг, ринок, конкуренція, маркетолог, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика розподілу, логістика, маркетингові комунікації, зв'язки з громадськістю, реклама, інтернет-маркетинг, поведінка споживача, брендинг, міжнародний маркетинг

Особливості програми	Програма пропонує комплексний підхід до здобуття теоретичних знань у сфері маркетингу, зокрема у контексті окремих суб'єктів господарювання, так і цілих ринків національного і міжнародного рівнів. Основою є класична маркетингова модель «4Р», яка передбачає основні складові маркетингу – товар, ціну, розподіл і комунікації (просування). Передбачено навчальну практику «Вступ до фаху», навчальну, виробничу та переддипломну практику, що посилює складову вивчення практичних аспектів маркетингу на основі кейсів провідних компаній України та світу. До викладання долучаються провідні експерти-практики з маркетингу. Передбачені можливості участі здобувачів вищої освіти у програмах міжнародної академічної мобільності (https://cutt.ly/ZrltXWSB)
4 – Працевлаштування за здобутою освітою	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» здатні виконувати професійні функції у сфері маркетингу і можуть працювати на підприємствах, в установах, організаціях різних форм власності. Випускники можуть працювати на таких посадах згідно з видами економічної діяльності за класифікатором професій ДК 003:2010: 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 3415 – агент комерційний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний; 3419 – організатор з постачання, організатор із збуту, товарознавець; 3429 – агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); та інших, визначених Національним класифікатором України
Подальше навчання	Випускники мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Також вони мають право набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самоосвіта, навчання на основі досліджень. Організація освітнього процесу здійснюється у наступних формах: навчальні заняття (лекції, практичні заняття, лабораторні заняття, консультації); самостійна робота; практична підготовка; контрольні заходи. Технології навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі); самонавчання тощо. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів.

	Індивідуальне наукове консультування керівником. Навчання через навчальні, виробничу та переддипломну практики
Оцінювання	Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до чинної системи оцінювання, що включає шкалу закладу вищої освіти (0-100 балів), за академічною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»), шкалу ECTS (A, B, C, D, E, FX, F), а також вербальну форму оцінювання («зараховано», «не зараховано»). Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється у формі вхідного, поточного, модульного та підсумкового контролю. Вхідний контроль – це оцінювання рівня підготовленості здобувача вищої освіти перед вивченням нової навчальної дисципліни. Поточний та модульний контроль може проводитися у формі усного опитування, виконання письмового завдання, комп'ютерного або письмового тестування, виступів на семінарських та практичних заняттях, у формі колоквіуму. Підсумковий контроль здійснюється у формі екзаменів і заліків з урахуванням накопичених результатів поточного та модульного контролю. Атестація здобувачів проводиться у формі підготовки та публічного захисту кваліфікаційної роботи.
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)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

	ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. ЗК16. Брати участь у національному спротиві та захищати Батьківщину
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб’єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб’єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб’єкта в крос-функціональному розрізі.

	СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності
7 – Програмні результати навчання	
ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. 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. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПР19. 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. ПР20. Демонструвати готовність до участі у заходах національного спротиву та захисту Батьківщини	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Робоча група складається з: - 2 докторів наук, з них 1 професор і 1 доцент;

	- 4 кандидатів наук, з них 4 доценти, один з яких є і роботодавцем; - 1 доктора філософії; - 2 здобувачів вищої освіти. Гарант освітньої програми: доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій, д. філос. Завалій Т.О., має стаж науково-педагогічної роботи (5 років). Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми є співробітниками Державного університету «Житомирська політехніка», мають науковий ступінь та підтверджений рівень наукової / професійної активності. Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників за термінами та формами відповідає чинним вимогам. До аудиторних занять в межах відкритих лекцій залучаються представники роботодавців – професіонали-практики та експерти
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає встановленим вимогам. У навчальних корпусах експлуатуються локальні мережі, підключені до Інтернет-провайдера. Користування Інтернет-мережею безлімітне. Матеріально-технічне забезпечення відповідає Ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення освітнього процесу
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми з підготовки фахівців зі спеціальності D5 «Маркетинг» відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Офіційний вебсайт https://ztu.edu.ua/ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми доступні на освітньому порталі університету https://learn.ztu.edu.ua/
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність реалізується в межах чинних договорів про встановлення науково-освітянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки, укладених з закладами вищої освіти України. Кредити, отримані в інших університетах України, перераховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів, зокрема із Zagreb School of Business (Хорватія), University of Zagreb (Хорватія), Академія прикладних наук ім. Стефана Баторія (Польща), CIM-Cyprus Business School (Кіпр) тощо

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах, якщо чинним законодавством України не передбачено інший порядок
10 – Форми атестації здобувачів вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників бакалаврів освітньої програми «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
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. Кваліфікаційні роботи зберігаються на офіційному вебсайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу і мають бути перевірені (з використанням відповідного програмного забезпечення) на плагіат. Захист кваліфікаційної роботи завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням здобувачу вищої освіти кваліфікації: бакалавр маркетингу
11 – Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	
Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти відповідає вимогам чинного законодавства України та вимогам міжнародних стандартів якості ISO (ISO 9001 і ISO 21001). Організація внутрішнього забезпечення якості вищої освіти здійснюється на таких рівнях: університетський; факультетський; кафедральний; викладацький; студентський. Система внутрішнього забезпечення якості включає: 1) визначення та періодичний перегляд принципів і процедур забезпечення якості вищої освіти, формування культури якості; 2) здійснення моніторингу та щорічного перегляду освітньої програми; 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті університету; 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти; 6) забезпечення функціонування внутрішніх інформаційних систем («Портал Житомирської політехніки» та «Освітній портал Житомирської політехніки») для ефективного управління освітнім процесом; 7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію; 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі шляхом запровадження функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату; 9) здійснення щорічного внутрішнього та зовнішнього аудитів процесів забезпечення якості вищої освіти; 10) залучення до процесів забезпечення якості вищої освіти внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, в тому числі через проведення круглих столів, долучення до проведення навчальних занять, анкетування тощо	

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код за ОПП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти / роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	*2*	*3*	*4*
НОРМАТИВНА ЧАСТИНА			
Дисципліни загальної підготовки			
ОК 1	Іноземна мова	8,0	Тричі залік, екзамен
ОК 2	Українська мова та академічне письмо	3,0	Екзамен
ОК 3	Антикорупція та доброчесність	3,0	Залік
ОК 4	Вища математика та теорія ймовірностей	4,0	Екзамен
ОК 5	Господарське право	4,0	Екзамен
ОК 6	Економічна теорія та основи функціонування суб'єктів ринку	3,0	Екзамен
ОК 7	Цифровізація документообороту та електронний офіс	4,0	Залік
ОК 8	Історія та культура України	3,0	Залік
ОК 9	Основи національного спротиву	5,0	Диференційований залік
ОК 10	Фізичне виховання	2,0	Залік
ОК 11	Статистика	3,0	Залік
ОК 12	Основи менеджменту	5,0	Екзамен
ОК 13	Основи підприємництва	3,0	Екзамен
ОК 14	Розвиток комунікаційних навичок	3,0	Залік
ОК 15	Соціологія	3,0	Залік
ОК 16	Філософія	3,0	Екзамен
ОК 17	Управління обліково-аналітичним забезпеченням бізнесу	3,0	Залік
ОК 18	Економіка підприємства	3,0	Екзамен
ОК 19	Логістика	4,0	Залік
Дисципліни професійної підготовки			
ОК 20	Вступ до спеціальності «Маркетинг»	4,0	Екзамен
ОК 21	Маркетинг	5,0	Екзамен
ОК 22	Маркетингові дослідження	5,0	Екзамен
ОК 23	Курсова робота з маркетингових досліджень	1,0	Диференційований залік
ОК 24	Маркетингова товарна політика	5,0	Екзамен
ОК 25	Поведінка споживача	5,0	Екзамен
ОК 26	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	7,0	Тричі залік, екзамен
ОК 27	Маркетингова цінова політика	5,0	Екзамен
ОК 28	Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі	5,0	Екзамен
ОК 29	Маркетингові комунікації	5,0	Екзамен
ОК 30	Маркетингова політика розподілу	5,0	Екзамен
ОК 31	Таргетинг у соціальних мережах	5,0	Екзамен
ОК 32	Прогнозування в маркетингу	5,0	Екзамен
ОК 33	Галузевий маркетинг	5,0	Екзамен

1	*2*	*3*	*4*
ОК 34	Брендинг	5,0	Екзамен
ОК 35	Рекламна діяльність	5,0	Екзамен
ОК 36	Аналітика в маркетингу	5,0	Залік
ОК 37	Міжнародний маркетинг	5,0	Екзамен
Практична підготовка			
ОК 38	Навчальна практика «Вступ до фаху»	3,0	Диференційований залік
ОК 39	Навчальна практика	3,0	Диференційований залік
ОК 40	Виробнича практика	3,0	Диференційований залік
ОК 41	Переддипломна практика	6,0	Диференційований залік
ОК 42	Кваліфікаційна робота	9,0	Публічний захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**180,0**	
Варіативна частина			
ВК2.1	Дисципліна №1	4,0	Залік
ВК2.2	Дисципліна №2	4,0	Залік
ВК2.3	Дисципліна №3	4,0	Залік
ВК2.4	Дисципліна №4	4,0	Залік
ВК2.5	Дисципліна №5	4,0	Залік
ВК2.6	Дисципліна №6	4,0	Залік
ВК2.7	Дисципліна №7	4,0	Залік
ВК2.8	Дисципліна №8	4,0	Залік
ВК2.9	Дисципліна №9	4,0	Залік
ВК2.10	Дисципліна №10	4,0	Залік
ВК2.11	Дисципліна №11	4,0	Залік
ВК2.12	Дисципліна №12	4,0	Залік
ВК2.13	Дисципліна №13	4,0	Залік
ВК2.14	Дисципліна №14	4,0	Залік
ВК2.15	Дисципліна №15	4,0	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**60,0**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240,0**	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Код за ОПП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти / роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Заг. обсяг годин	Форма підсумкового контролю
І курс, 1 семестр				
ОК 1	Іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 2	Українська мова та академічне письмо	3,0	90	екзамен
ОК 3	Антикорупція та доброчесність	3,0	90	залік
ОК 4	Вища математика та теорія ймовірностей	4,0	120	екзамен
ОК 5	Господарське право	4,0	120	екзамен
ОК 6	Економічна теорія та основи функціонування суб'єктів ринку	3,0	90	екзамен
ОК 7	Цифровізація документообороту та електронний офіс	4,0	120	залік
ОК 8	Історія та культура України	3,0	90	залік
ОК 9	Основи національного спротиву	2,5	75	-
×	**Разом**	**28,5**	×	×
І курс, 2 семестр				
ВК2.1	Дисципліна №1	4,0	120	залік
ОК 1	Іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 9	Основи національного спротиву	2,5	75	диф. залік
ОК 10	Фізичне виховання	2,0	60	залік
ОК 11	Статистика	3,0	90	залік
ОК 12	Основи менеджменту	5,0	150	екзамен
ОК 13	Основи підприємництва	3,0	90	екзамен
ОК 14	Розвиток комунікаційних навичок	3,0	90	залік
ОК 20	Вступ до спеціальності «Маркетинг»	4,0	120	екзамен
ОК 38	Навчальна практика «Вступ до фаху»	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**31,5**	×	×
ІІ курс, 3 семестр				
ВК2.2	Дисципліна №2	4,0	120	залік
ВК2.3	Дисципліна №3	4,0	120	залік
ОК 1	Іноземна мова	2,0	60	залік
ОК 15	Соціологія	3,0	90	залік
ОК 16	Філософія	3,0	90	екзамен
ОК 17	Управління обліково-аналітичним забезпеченням бізнесу	3,0	90	залік
ОК 18	Економіка підприємства	3,0	90	екзамен
ОК 21	Маркетинг	5,0	150	екзамен
×	**Разом**	**27,0**	×	×
ІІ курс, 4 семестр				
ВК2.4	Дисципліна №4	4,0	120	залік
ВК2.5	Дисципліна №5	4,0	120	залік
ВК2.6	Дисципліна №6	4,0	120	залік
ОК 1	Іноземна мова	2,0	60	екзамен
ОК 22	Маркетингові дослідження	5,0	150	екзамен
ОК 23	Курсова робота з маркетингових досліджень	1,0	30	диф. залік
ОК 24	Маркетингова товарна політика	5,0	150	екзамен
ОК 25	Поведінка споживача	5,0	150	екзамен
ОК 39	Навчальна практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**33,0**	×	×

Код за ОПП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти / роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Заг. обсяг годин	Форма підсумкового контролю
III курс, 5 семестр				
ВК2.7	Дисципліна №7	4,0	120	залік
ВК2.8	Дисципліна №8	4,0	120	залік
ВК2.9	Дисципліна №9	4,0	120	залік
ОК 19	Логістика	4,0	120	залік
ОК 26	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2,0	60	залік
ОК 27	Маркетингова цінова політика	5,0	150	екзамен
ОК 28	Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі	5,0	150	екзамен
×	**Разом**	**28,0**	×	×
III курс, 6 семестр				
ВК2.10	Дисципліна №10	4,0	120	залік
ВК2.11	Дисципліна №11	4,0	120	залік
ВК2.12	Дисципліна №12	4,0	120	залік
ОК 26	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2,0	60	залік
ОК 29	Маркетингові комунікації	5,0	150	екзамен
ОК 30	Маркетингова політика розподілу	5,0	150	екзамен
ОК 31	Таргетинг у соціальних мережах	5,0	150	екзамен
ОК 40	Виробнича практика	3,0	90	диф. залік
×	**Разом**	**32,0**	×	×
IV курс, 7 семестр				
ВК2.13	Дисципліна №13	4,0	120	залік
ВК2.14	Дисципліна №14	4,0	120	залік
ВК2.15	Дисципліна №15	4,0	120	залік
ОК 26	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2,0	60	залік
ОК 32	Прогнозування в маркетингу	5,0	150	екзамен
ОК 33	Галузевий маркетинг	5,0	150	екзамен
ОК 34	Брендинг	5,0	150	екзамен
×	**Разом**	**29,0**	×	×
IV курс, 8 семестр				
ОК 26	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	1,0	30	екзамен
ОК 35	Рекламна діяльність	5,0	150	екзамен
ОК 36	Аналітика в маркетингу	5,0	150	залік
ОК 37	Міжнародний маркетинг	5,0	150	екзамен
ОК 41	Переддипломна практика	6,0	180	диф. залік
ОК 42	Кваліфікаційна робота	9,0	270	публічний захист
×	**Разом**	**31,0**	×	×
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**240**	**7200**	

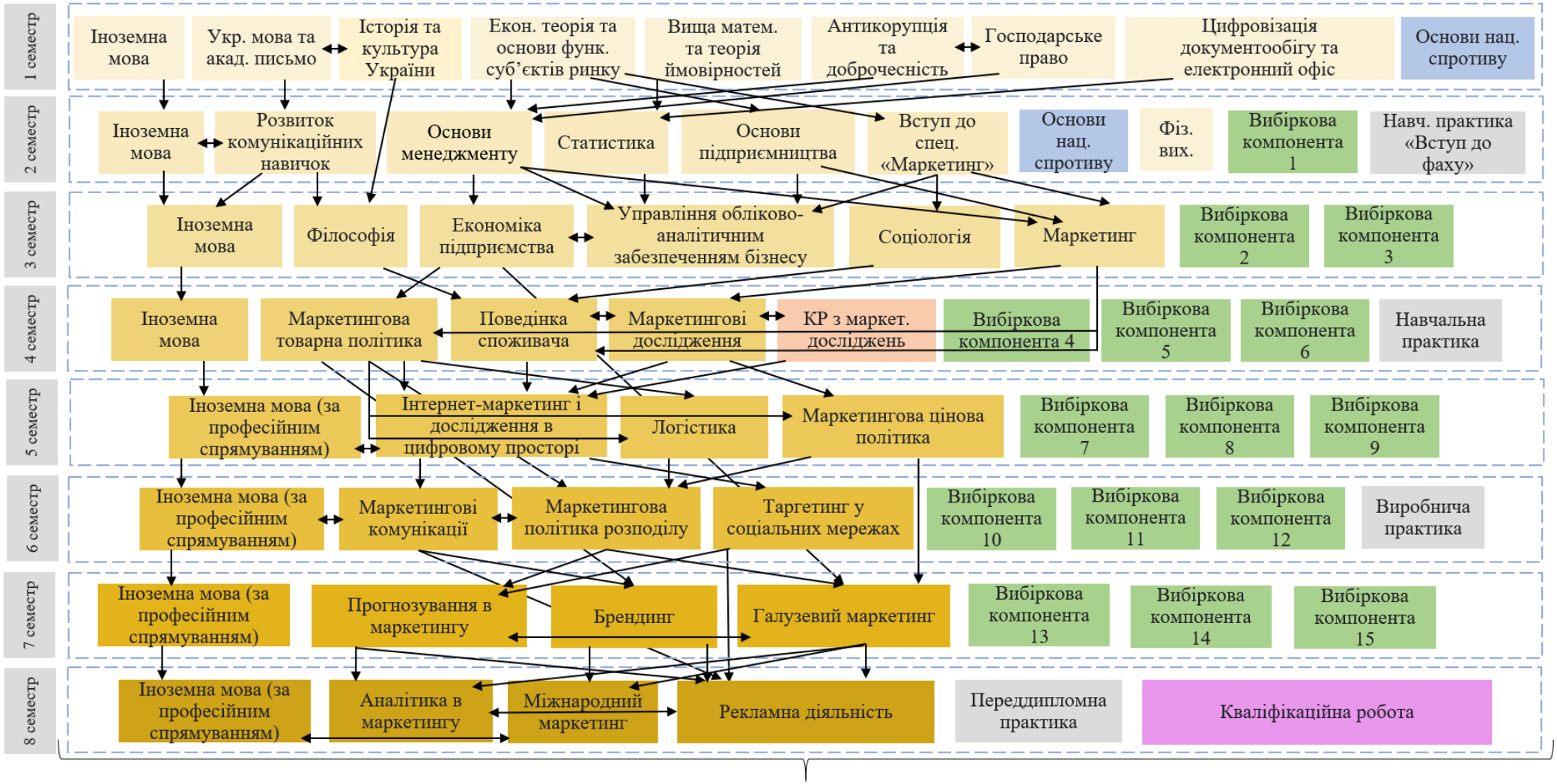

Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП

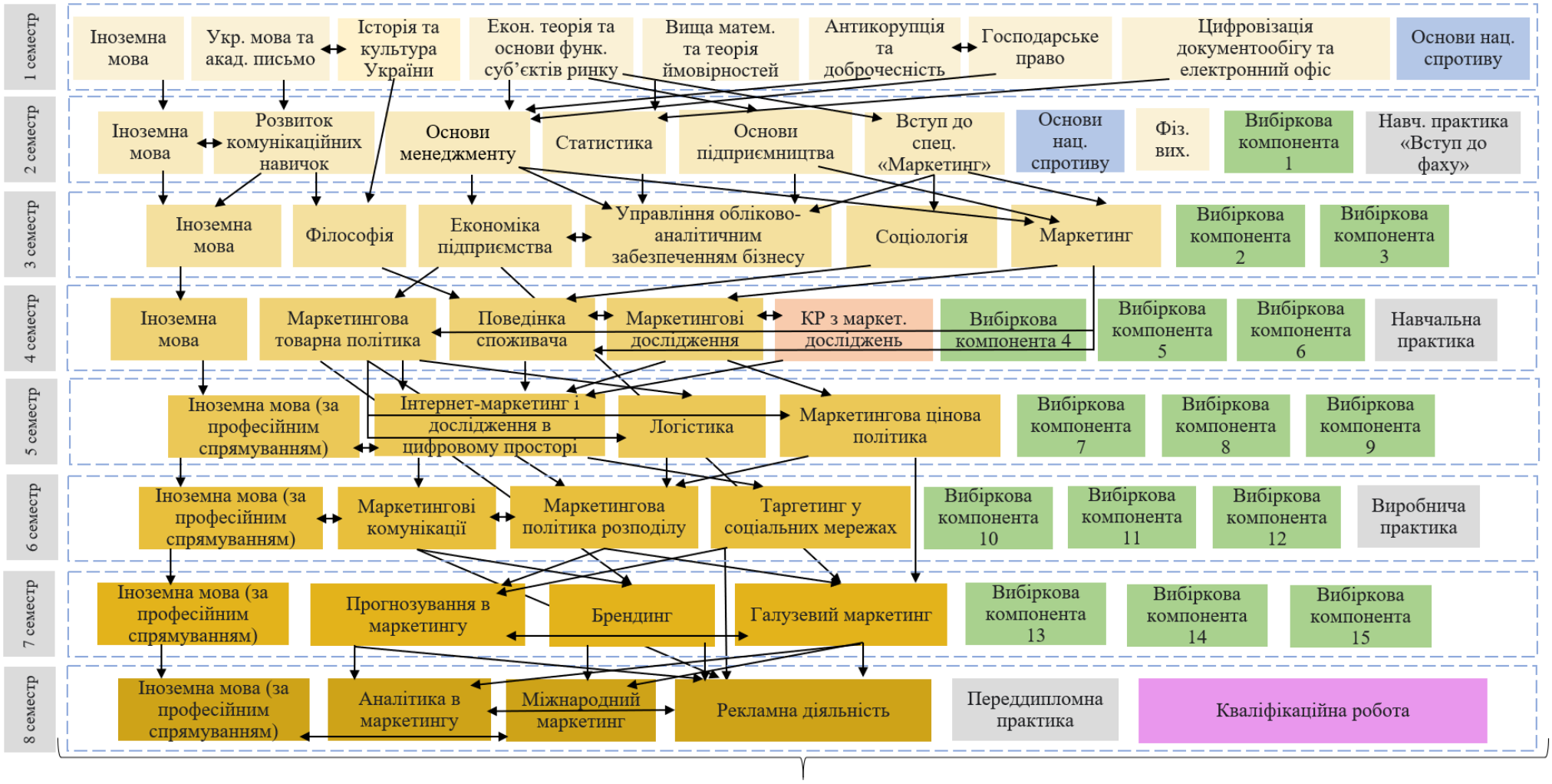

Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП

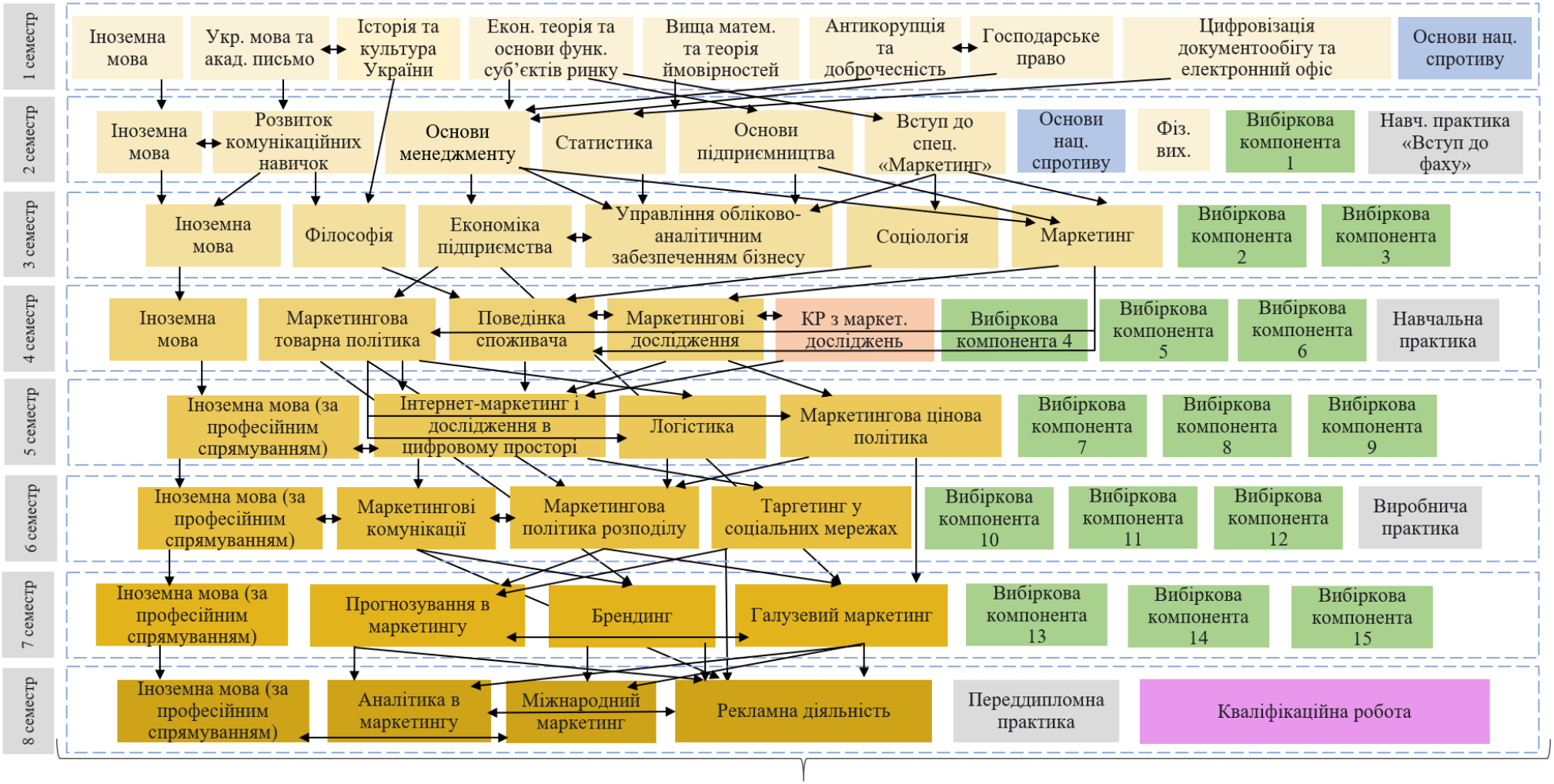

Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП

3. ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Матриця відповідності компетентностей обов'язковим компонентам

	ОК 1. Іноз.	ОК 2. Укр.	ОК 3. Антик.	ОК 4. Вищ.	ОК 5. Г.право	ОК 6. Ек.теор	ОК 7. Цифр.	ОК 8. Історія	ОК 9. Осн.нац.	ОК 10. Фіз.	ОК 11. Стат.	ОК 12. Осн.мен.	ОК 13. Осн.підл.	ОК 14. Роз.ком.	ОК 15. Соціол.	ОК 16. Філ.	ОК 17. УОАЗБ	ОК 18. Ек. п.	ОК 19. Лог.	ОК 20. Вступ	ОК 21. Марк.	ОК 22. Марк. д.	ОК 23. КР	ОК 24. МТП	ОК 25. Повед.	ОК 26. Іноз. пр.	ОК 27. МЦП	ОК 28. Інтер.	ОК 29. М.ком.	ОК 30. Розп.	ОК 31. Тарг.	ОК 32. Прог.	ОК 33. Галуз.	ОК 34. Бренд.	ОК 35. Рекл.	ОК 36. Анал.	ОК 37. Міжн.	ОК 38. НП Вст.	ОК 39. НП	ОК 40. ВП	ОК 41. Перед.	ОК 42. Квал.
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
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			+		+								+								+																	+	+	+
ЗК 15			+																				+														+	+	+	+	+
ЗК 16									+																																
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																	+										+		+			+		+	+	+					+

4. ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами

	ОК 1. Іноз.	ОК 2. Укр.	ОК 3. Антик.	ОК 4. Вищ.	ОК 5. Г. право	ОК 6. Ек. теор	ОК 7. Цифр.	ОК 8. Історія	ОК 9. Осн.нац.	ОК 10. Фіз.	ОК 11. Статис.	ОК 12. Осн.мен.	.ОК 13. Осн.підп.	ОК 14. Роз.ком.	ОК 15. Соціол.	ОК 16. Філ.	ОК 17. УОАЗБ	ОК 18. Ек. п.	ОК 19. Логіс.	ОК 20. Вступ	ОК 21. Марк.	ОК 22. Марк. д.	ОК 23. КР	ОК 24. МТП	ОК 25. Повед.	ОК 26. Іноз. пр.	ОК 27. МЦП	ОК 28. Інтер.	ОК 29. Комун.	ОК 30. Розп.	ОК 31. Тарг.	ОК 32. Прог.	ОК 33. Галуз.	ОК 34. Бренд.	ОК 35. Рекл.	ОК 36. Анал.	ОК 37. Міжн.	ОК 38. НП Вст.	ОК 39. НП	ОК 40. ВП	ОК 41. Перед.	ОК 42. Квал.
ПР 1																				+	+	+	+	+			+		+	+				+	+			+	+	+	+
ПР 2				+		+					+							+	+		+	+	+		+			+			+	+			+	+	+			+	+	+
ПР 3																								+			+	+	+	+		+	+		+	+			+	+	+	+
ПР 4							+				+						+	+	+			+	+		+			+				+	+		+			+	+	+	+	+
ПР 5				+																	+	+	+		+			+						+		+					+
ПР 6												+			+		+		+			+	+	+		+	+	+	+			+				+			+	+	+	+
ПР 7							+																					+			+									+	+	+
ПР 8																																	+	+								+
ПР 9																	+														+				+	+			+	+	+
ПР 10							+							+			+	+			+					+														+	+	+
ПР 11						+							+	+		+			+		+	+	+					+			+			+							+
ПР 12		+				+	+	+						+		+																					+	+	+	+	+
ПР 13					+							+	+																									+	+	+	+
ПР 14												+		+																	+								+	+	+
ПР 15			+		+			+		+					+	+				+	+					+								+		+			+	+	+
ПР 16																				+	+							+										+	+	+	+
ПР 17	+	+																		+	+					+												+	+	+	+	+
ПР 18					+			+								+																							+	+	+
ПР 19			+																				+															+	+	+	+	+
ПР 20									+																																	