

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради КНУТД

Іван ГРИЩЕНКО

(протокол від « 30 » 20<sup>21</sup> р. № 11 )



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти бакалавр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

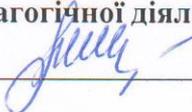
Спеціальність 075 Маркетинг

Кваліфікація бакалавр маркетингу

Київ 2021 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**Освітньо-професійної програми**  
**МАРКЕТИНГ**

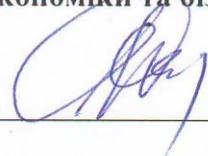
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
Ступінь вищої освіти бакалавр  
Галузь знань 07 Управління та адміністрування  
Спеціальність 075Маркетинг

Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)  
21.06.2021р  Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Схвалено Вченою радою факультету економіки та бізнесу

Протокол від «18» 05 2021 року, № 12

Декан факультету економіки та бізнесу

18.05.2021р  Олександра ОЛЬШАНСЬКА

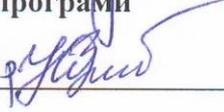
Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Протокол від «12» 05 2021 року, № 10

Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

15.05.2021р  Юлія КОСТИНЕЦЬ

Гарант освітньої програми

12.05.2021р  Юлія ЗИМБАЛЕВСЬКА

Введено в дію наказом КНУТД від «02» 07 2021 року № 192

## ПЕРЕДМОВА

**РОЗРОБЛЕНО:** Київський національний університет технологій та дизайну  
**РОЗРОБНИКИ:**

Група забезпечення освітньої програми*	ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис	Дата
1	2	3	4
Гарант освітньої програми	Зимбалева Юлія Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		19.09.2022
Робоча група	Квіта Галина Миколаївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.		19.09.2022
	Саюн Алла Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		19.09.2022

### РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. Ірина ЛИЛИК к.е.н., доц., Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Голова Кваліфікаційного комітету Української асоціації маркетингу.
2. Вікторія ДУБІНКІНА в.о. заступника директора Департаменту суспільних комунікацій Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).
3. Олексій ВІНОГРАДОВ к.е.н., доц., Віце-президент бізнес-школи МІМ. Директор програм pre-MBA «Маркетинг».
4. [Тетяна ОРЕЛ, директор ПП «ОБОЯНЬ».](#)

# 1. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Київський національний університет технологій та дизайну. Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну
<b>Ступінь вищої освіти та кваліфікація мовою оригіналу</b>	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський). Ступінь вищої освіти – бакалавр. Галузь знань – 07 Управління та адміністрування. Спеціальність – 075 Маркетинг.
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС.
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію освітньої програми від 08.01.2019 УД № 11005977
<b>Цикл/рівень</b>	Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта або ступінь молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю на базі ступеня молодшого бакалавра (ОКР молодшого спеціаліста) КНУТД визнає та перезараховує кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста)
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Строк дії сертифіката про акредитацію освітньої програми</b>	До 01.07. 2024 р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://knutd.edu.ua/ekts/">http://knutd.edu.ua/ekts/</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням і високим рівнем професійних компетентностей, здатних ефективно організовувати й реалізовувати маркетингову діяльність у динамічному конкурентному середовищі, використовуючи інноваційні підходи, сучасні цифрові технології, креативні рішення, та готових адаптуватися до змін на ринку праці, успішно знаходити шляхи професійної самореалізації та робити значний внесок у розвиток бізнесу й суспільства загалом.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область</b>	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

	<p>Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності.</p> <p>Обов'язкові освітні компоненти – 75%, з них: практична підготовка – 13%, вивчення іноземної мови – 13%. Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти – 25% обираються із загально університетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна підготовка бакалавра.
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	<p>Акцент робиться на розвитку професійних компетентностей у сфері маркетингу; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів.</p> <p>Освітня програма формує управлінський стиль мислення, який ґрунтується на засадах концепції маркетингу та поточних ринкових умовах функціонування підприємства.</p> <p>Програма розвиває перспективи підготовки фахівців маркетингу з урахуванням особливостей розвитку бізнес-середовища.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, товар, маркетингове ціноутворення, маркетингова політика розподілу, комунікаційна політика, цифрове середовище.</p>
<b>Особливості освітньої програми</b>	<p>Програма розроблена з урахуванням інноваційних трендів професійної підготовки у сфері маркетингу, що застосовуються у провідних університетах і бізнес-школах світу. Вона орієнтована на здобуття практичного досвіду впровадження сучасних технологій, опанування теоретичних і прикладних аспектів маркетингової діяльності, що використовуються провідними міжнародними корпораціями. Особливий акцент зроблено на вивченні принципів, методів дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єктів економічної діяльності. Програма сприяє формуванню у випускників широкого спектру професійних та дослідницьких компетентностей, необхідних для успішної діяльності в умовах сучасного глобального ринку.</p> <p>Програма забезпечує здобуття фахової освіти з акцентом на практичну підготовку, яка включає щорічну професійну практику, участь у навчальному процесі маркетологів-практиків та іноземних лекторів. Водночас вона сприяє особистісному розвитку здобувачів шляхом створення умов для побудови індивідуальної траєкторії навчання, отримання практичного досвіду у сфері маркетингу вже під час навчання, участі у наукових конкурсах, студентському самоврядуванні та культурному житті університету. Такий підхід дозволяє гармонійно поєднувати розвиток професійних компетентностей із формуванням особистісних якостей та навичок лідерства.</p>
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Випускник є придатним для працевлаштування на підприємствах, в організаціях та установах будь-якої форми власності та виду економічної діяльності.</p> <p>Бакалавр маркетингу може обіймати первинні посади (маркетолог, консультант з маркетингу, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту, фахівець зі зв'язків із громадськістю та пресою, фахівець-аналітик із дослідження товарного ринку) у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв'язків тощо на підприємствах різного профілю, організаційно-правової форми та рівня, в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах.</p>

<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за освітньо-професійною програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.	
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>		
<b>Викладання та навчання</b>	Прогресивні форми викладання, оволодіння професійними методиками на основі різноманітних інтерактивних тренінгів від маркетологів-практиків. Використовується студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, навчання через навчальну та виробничу, переддипломну практики та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти. Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне заняття, індивідуальні консультації, інтерактивне спілкування з викладачами, самостійна робота, робота з електронною бібліотекою КНУТД, використання мережі Інтернет, підготовка есе та доповідей, робота у комп'ютерних класах, практична підготовка.	
<b>Оцінювання</b>	Письмове та усне опитування, захист лабораторних та ситуаційних завдань, презентації, індивідуальні та контрольні роботи, тестування, есе, звіти практик, курсова робота, публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра.	
<b>6 – Програмні компетентності</b>		
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	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.	
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	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

<b>Фахові компетентності (ФК)</b>	ФК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	ФК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	ФК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
	ФК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	ФК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	ФК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	ФК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	ФК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
	ФК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
	ФК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
	ФК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### **7 – Програмні результати навчання**

ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ПРН16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

#### **8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми**

<b>Кадрове забезпечення</b>	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму освітніх компонентів, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи, підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам ліцензійних умов. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької/ управлінської/ інноваційної/ творчої роботи та/ або роботи за фахом та іноземні лектори.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету. Офіційний веб-сайт <a href="http://www.knutd.edu.ua">http://www.knutd.edu.ua</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на модульному середовищі освітнього процесу <a href="http://msnp.knutd.edu.ua">http://msnp.knutd.edu.ua</a> . Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт бібліотеки університету: <a href="http://biblio.co.ua/">http://biblio.co.ua/</a> та інституційний репозитарій <a href="https://er.knutd.edu.ua/">https://er.knutd.edu.ua/</a> Вільний доступ через сайт КНУТД до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.

<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньо-професійної програми, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Програма розвиває перспективи участі у міжнародних проектах та програмах міжнародної академічної мобільності усіх учасників освітнього процесу на підставі укладених договорів з університетами країн ЄС. Програма. Виконується в активному дослідницькому середовищі, також є мобільною за програмою «Подвійний диплом» з університетами Польщі.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами.

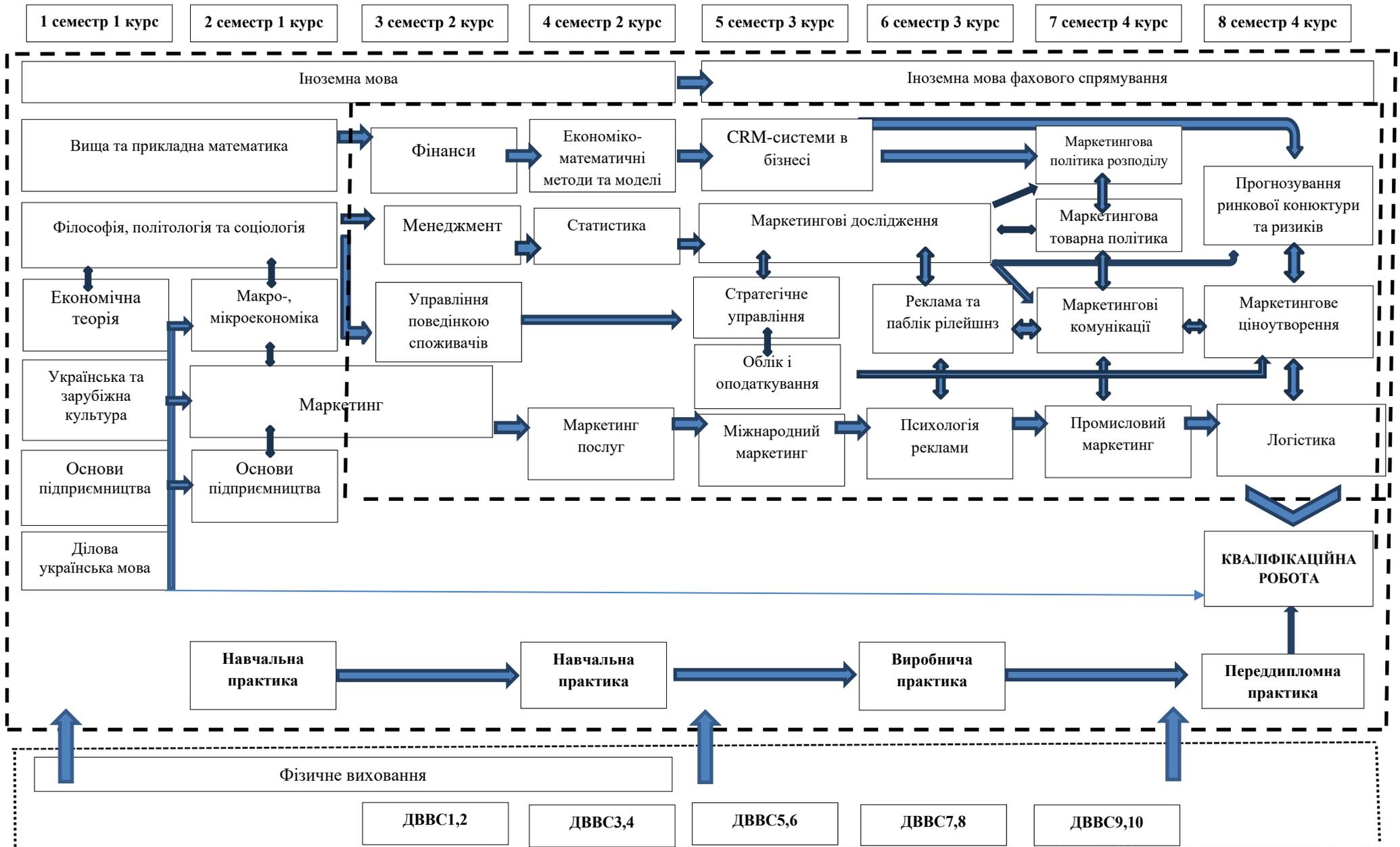
## 2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1 Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи (проекти), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти освітньої програми</b>			
ОК 1	Іноземна мова (англійська, французька, німецька)	12	екзамен
ОК 2	Ділова українська мова	3	залік
ОК 3	Філософія, політологія та соціологія	6	екзамен
ОК 4	Українська та зарубіжна культура	3	залік
ОК 5	Іноземна мова фахового спрямування (англійська, французька, німецька)	12	екзамен
ОК 6	Вища та прикладна математика	9	екзамен
ОК 7	Фізичне виховання*	3	залік
ОК 8	Маркетинг	9	екзамен
ОК 9	Макро-, мікроекономіка	6	екзамен
ОК 10	Основи підприємництва	9	екзамен
ОК 11	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 12	Фінанси	3	екзамен
ОК 13	Менеджмент	3	екзамен
ОК 14	Управління поведінкою споживачів	3	екзамен
ОК 15	Статистика	3	екзамен
ОК 16	Економіко-математичні методи та моделі	3	екзамен
ОК 17	Маркетинг послуг	3	екзамен
ОК 18	CRM-системи в бізнесі	3	залік
ОК 19	Стратегічне управління	3	екзамен
ОК 20	Психологія реклами	3	екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження	5	екзамен
	Курсова робота	1	захист
ОК 22	Міжнародний маркетинг	3	екзамен
ОК 23	Реклама та паблік рілейшинз	3	екзамен
ОК 24	Облік і оподаткування	3	екзамен
ОК 25	Маркетингова політика розподілу	3	екзамен
ОК 26	Маркетингові комунікації	3	екзамен
ОК 27	Промисловий маркетинг	3	екзамен
ОК 28	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 29	Логістика	3	екзамен
ОК 30	Маркетингове ціноутворення	3	екзамен
ОК 31	Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків	3	залік
ОК 32	Навчальна практика	12	залік
ОК 33	Виробнича практика	6	залік
ОК 34	Переддипломна практика	6	залік
ОК 35	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	12	атестація
<b>Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів</b>		<b>180</b>	
<b>Вибіркові компоненти освітньої програми</b>			
ДВВ	Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти	60	залік
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

\* – позакредитна дисципліна в 2,3,4 семестрі

## 2.2 Структурно-логічна схема підготовки бакалавра за освітньо-професійною програмою Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг





## 5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
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	+	+	+	+		+		+				+					+	+

### Хронологія перегляду освітньої програми

Зміни внесені до освітньої програми відповідно до рішення вченої ради факультету управління та бізнес-дизайну:

1. Від 18 січня 2022 року, протокол № 6 (внесено зміни в склад робочої групи відповідно до наказу № 373 від 07.12.2021р.);

2. Від 17 травня 2022 року, протокол № 10 (внесено зміни в частині назв ОК, оновлено навчальний план ОП, доповнено рецензією стейкхолдера);

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вчена рада КНУТД  
від "14" 05 2022 р. протокол № 1

Голова Вченої ради  
Іван ГРИЩЕНКО



Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет технологій та дизайну

**НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН**

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)      галузь знань 07 Управління та адміністрування  
(назва рівня вищої освіти)      (шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність 075 Маркетинг  
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Маркетинг  
(назва освітньої програми)

Форма здобуття вищої освіти денна  
(денна, вечірня, заочна, дистанційна)

Освітня кваліфікація бакалавр маркетингу  
(найменування спеціальності)

Строк навчання 3 роки 10 місяців  
(роки і місяці)

На основі повної загальної середньої освіти  
(освітній рівень)

**I. ГРАФІК ОСВІТЬОГО ПРОЦЕСУ**

Курс	Серпень					Вересень				Жовтень				Листопад				Грудень				Січень				Лютий				Березень				Квітень				Травень				Червень				Липень											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52					
1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	
3	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	
4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	

A- Атестація

**II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ, тижні**

Курс	Теоретичне навчання, індивідуальні завдання та консультації	Екзаменаційн а сесія	Практика	Атестація	Виконання дипломної роботи (проєкту)	Канікули	Разом
1	31	5	4			10	50
2	31	5	4			12	52
3	31	5	4			12	52
4	23	5	4	2	6	8	48
<b>Разом</b>	<b>116</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>42</b>	<b>202</b>

**III. ПРАКТИКА**

Назва практики	Семестр	Тижні
Навчальна	2, 4	8
Виробнича	6	4
Переддипломна практика	8	4

**IV. АТЕСТАЦІЯ**

Форма атестації (атестаційний екзамен, дипломна робота (проєкт))	Семестр
Публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра	8



ОК 31	Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків		8		3	90	36	12		24	54							3		
ОК 32	Навчальна практика		2,4		12	360					360		Н		Н					
ОК 33	Виробнича практика		6		6	180					180						В			
ОК 34	Переддипломна практика		8		6	180					180							П		
ОК 35	Кваліфікаційна робота				12	360					360							Д		
<b>Всього обов'язкових компонентів</b>		<b>28</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>180</b>	<b>5400</b>	<b>1812</b>	<b>624</b>	<b>24</b>	<b>1164</b>	<b>3588</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти освітньої програми</b>																				
ДВВ 1	Дисципліна 1		3		6	180	36	12		24	144			3						
ДВВ 2	Дисципліна 2		3		6	180	36	12		24	144			3						
ДВВ 3	Дисципліна 3		4		6	180	36	12		24	144				3					
ДВВ 4	Дисципліна 4		4		6	180	36	12		24	144				3					
ДВВ 5	Дисципліна 5		5		6	180	36	12		24	144					3				
ДВВ 6	Дисципліна 6		5		6	180	36	12		24	144					3				
ДВВ 7	Дисципліна 7		6		6	180	36	12		24	144						3			
ДВВ 8	Дисципліна 8		6		6	180	36	12		24	144							3		
ДВВ 9	Дисципліна 9		7		6	180	36	12		24	144								3	
ДВВ 10	Дисципліна 10		7		6	180	36	12		24	144								3	
<b>Всього вибіркових компонентів</b>			<b>10</b>		<b>60</b>	<b>1800</b>	<b>360</b>	<b>120</b>		<b>240</b>	<b>1440</b>			<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
<b>Разом освітніх компонентів</b>		<b>28</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>240</b>	<b>7200</b>	<b>2172</b>	<b>744</b>	<b>24</b>	<b>1404</b>	<b>5028</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>12</b>
<b>Загальна кількість кредитів</b>												<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	
<b>Кількість годин на тиждень</b>												<b>25</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	
<b>Кількість екзаменів</b>		<b>28</b>											<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Кількість заліків</b>			<b>28</b>										<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>Кількість розрахункових робіт</b>					<b>1</b>								<b>1</b>							
<b>Кількість курсових робіт</b>						<b>1</b>													<b>1</b>	

Схвалено Вченою радою ФУБД  
протокол від "14" 05 2022 р. № 10

Затверджено проректором  
 Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Директор НМЦУПФ

Декан факультету управління та бізнес-дизайну

Завідувач кафедри маркетингу  
та комунікаційного дизайну  
Гарант освітньої програми

  
(підпис)

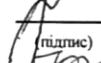
Олена ГРИГОРЕВСЬКА

(ім'я та прізвище)

  
(підпис)

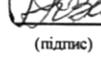
Олександра ОЛЬШАНСЬКА

(ім'я та прізвище)

  
(підпис)

Юля КОСТИНЕЦЬ

(ім'я та прізвище)

  
(підпис)

Юлія ЗИМБАЛЕВСЬКА

(ім'я та прізвище)