

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради КНУТД

Іван ГРИЦЕНКО

(протокол від «21» 02 2022 р. № 7)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
DIGITAL MARKETING

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти бакалавр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Кваліфікація бакалавр маркетингу

Київ 2022 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-професійної програми
DIGITAL MARKETING

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

Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)

15.02.22 (дата)  (підпис) **Оксана МОРГУЛЕЦЬ**

Схвалено Вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну

Протокол від « 15 » 02 2022 року № 7

Декан факультету управління та бізнес-дизайну

15.02.2022 (дата)  (підпис) **Олександра ОЛЬШАНСЬКА**

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Протокол від « 17 » 01 2022 року № 6

Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

17.01.2022 (дата)  (підпис) **Юлія КОСТИНЕЦЬ**

Гарант освітньої програми

17.01.2022 (дата)  (підпис) **Ігор ПОНОМАРЕНКО**

Введено в дію наказом КНУТД від «27» 04 2022 року № 79



ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну
РОЗРОБНИКИ:

Гарант освітньої програми: Пономаренко Ігор Віталійович, к.е.н., доцент, доцент Київського національного університету технологій та дизайну

Робоча група:

Саюн Алла Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну

Шіковець Катерина Олексіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. [Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ, д.е.н., професор кафедри менеджменту підприємств Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».](#)
2. [Юрій ГАВРИЛЕЧКО, к.н з держ.упр., доц. кафедри національної безпеки, менеджменту та публічного адміністрування Чернігівського інституту інформації, бізнесу і права ЗВО «МНТУ»](#)
3. [Наталія ПЕТРОВА, директор КНП «Центр комунікації».](#)
4. [Ігор СТЕПУРІН, виконавчий директор української асоціації видавців та книгорозповсюджувачів. Голова благодійного фонду «Бібліотечна Країна». Засновник ТОВ «Видавництво «САМІТ-КНИГА».](#)

1. Профіль освітньо-професійної програми Digital маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну. Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну
Ступінь вищої освіти та кваліфікація мовою оригіналу	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський). Ступінь вищої освіти – бакалавр. Галузь знань – 07 Управління та адміністрування. Спеціальність – 075 Маркетинг.
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності від 23.10.2017 НД № 1190181
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень
Передумови	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).
Мова викладання	Українська
Термін дії акредитації освітньої програми	До 01.07.2023 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/ekts/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють здатністю вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері digital маркетингу, або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій, методів характеризується комплексністю та невизначеністю умов.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів digital маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть digital маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції digital 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 digital 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.

	Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності. Обов'язкові освітні компоненти – 75%, з них: практична підготовка – 13%, вивчення іноземної мови – 13%. Дисципліни вільного вибору студента – 25% обираються із загально університетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна підготовки бакалавра.
Основний фокус освітньої програми	Акцент робиться на формуванні та розвитку професійних компетентностей у сфері цифрових маркетингових технологій; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів. Програма розвиває перспективи підготовки фахівців digital маркетингу з урахуванням особливостей розвитку бізнес-середовища.
Особливості освітньої програми	Програма базується на врахуванні інноваційних трендів професійної підготовки у сфері digital маркетингу провідних зарубіжних університетів та шкіл, зорієнтована на набуття досвіду імплементації сучасних технологій, теоретично-прикладних аспектів маркетингової діяльності провідних корпорацій світу, які ґрунтуються на принципах та методах дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища функціонування з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єкту економічної діяльності; сприяє формуванню у випускників комплексу професійних та дослідницьких компетентностей.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник є придатним для працевлаштування на підприємствах, в організаціях та установах будь-якої форми власності та виду економічної діяльності. Бакалавр маркетингу після опанування освітньої програми «Digital маркетинг» може обіймати первинні посади (менеджер-маркетолог, консультант з цифрового маркетингу, рекламіст, фахівець із маркетингу соціальних мереж, фахівець з методів розширення ринку збуту на цифрових ринках, фахівець зв'язків із громадськістю та пресою, фахівець-аналітик із досліджень ринку у цифровому середовищі) у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв'язків тощо на підприємства різного профілю, організаційно-правової форми та рівня (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах, Digital-стратег, фахівець у сфері розвитку бізнесу, SEO фахівець, контент-менеджер, менеджер з соціальних медіа, Account Manager та інше. Робота у сфері фрілансу: SEO фахівець, копірайтер, SMM менеджер, PPC тощо. Реалізація власних проектів у сфері Digital marketing: продаж маркетингових послуг через мережу Інтернет, створення та продаж авторських digital продуктів (сайти, сервіси, мобільні додатки, Інтернет-портали та інше), співробітництво з партнерськими мережами тощо.
Подальше навчання	Можливість навчання за освітньо-професійною програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання		Використовується студентоцентроване та проблемно орієнтоване навчання, навчання через навчальну, 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, лабораторне заняття, практична підготовка, самостійна робота, консультація, розробка курсових робіт.
Оцінювання		Усні та письмові екзамени, тестування, есе, презентації, звіти, контрольні роботи, розробка фахових проектів.
6 – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (ІК)	ІК	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
	ЗК 2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
	ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК 4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
	ЗК 5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
	ЗК 6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК 7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
	ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
	ЗК 9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
	ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
	ЗК 11	Здатність працювати в команді.
	ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
	ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності (ФК)	ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	ФК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	ФК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

	ФК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	ФК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	ФК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	ФК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	ФК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
	ФК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
	ФК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
	ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7 – Програмні результати навчання

ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
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	Демонструвати набуті теоретичні знання і розуміння концепції digital маркетингу, принципів використання digital інструментів та digital каналів комунікації .
ПРН 20	Впроваджувати стратегію digital маркетингу для вирішення практичних завдань у цифровому середовищі.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку 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.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються в маркетингу. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету. Офіційний веб-сайт http://www.knutd.edu.ua 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 http://msnp.knutd.edu.ua . Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт бібліотеки університету: http://biblio.co.ua/ та інституційний депозитарій https://er.knutd.edu.ua/ Вільний доступ через сайт КНУТД до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.

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

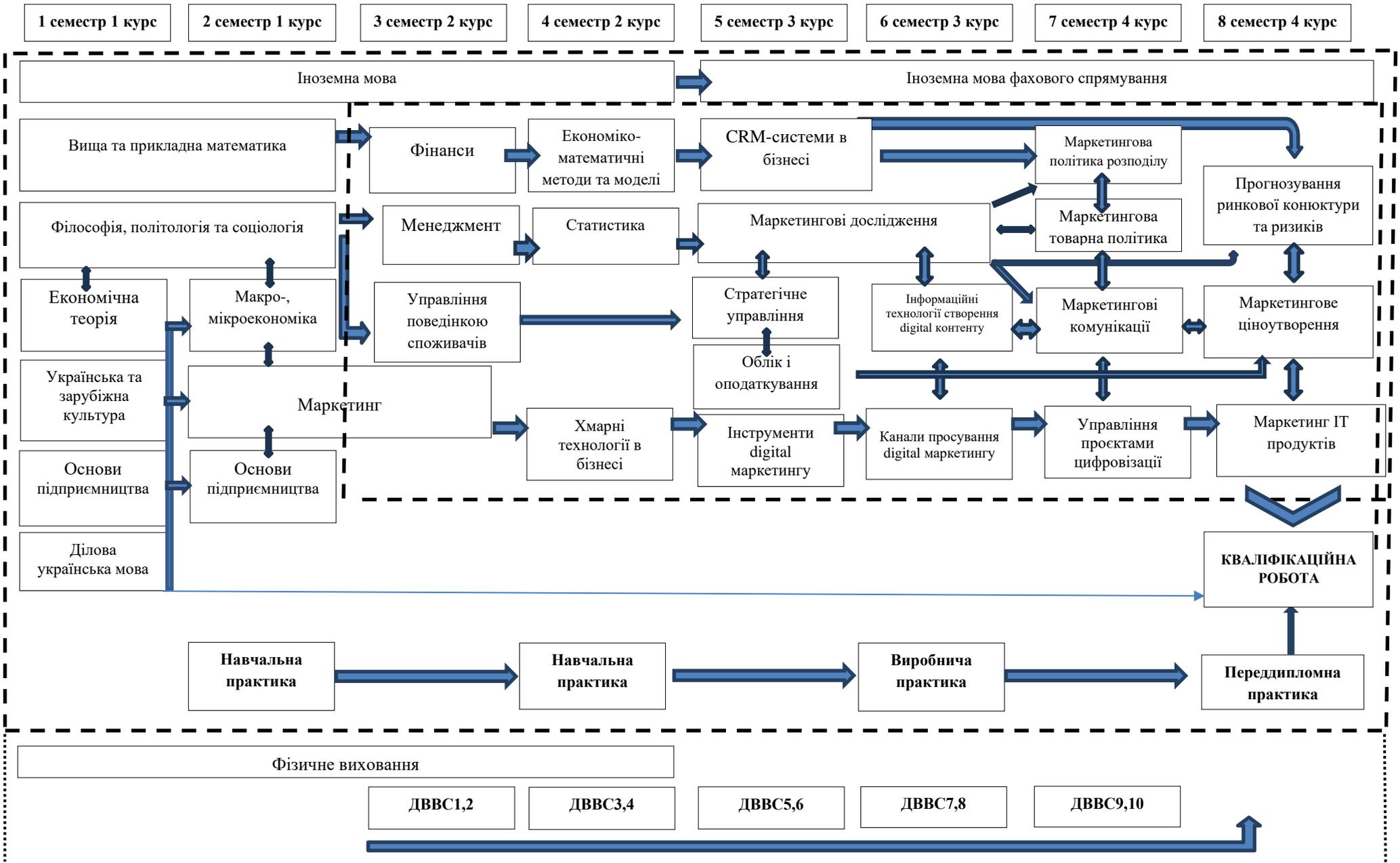
2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

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
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
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	Хмарні технології у бізнесі	3	екзамен
ОК 18	CRM-системи в бізнесі	3	залік
ОК 19	Стратегічне управління	3	екзамен
ОК 20	Облік і оподаткування	3	екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження	5	екзамен
	Курсова робота	1	захист
ОК 22	Інструменти digital маркетингу	3	екзамен
ОК 23	Канали просування digital маркетингу	3	екзамен
ОК 24	Інформаційні технології створення digital контенту	3	екзамен
ОК 25	Маркетингова політика розподілу	3	екзамен
ОК 26	Маркетингові комунікації	3	екзамен
ОК 27	Управління проєктами цифровізації	3	екзамен
ОК 28	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 29	Маркетинг ІТ продуктів	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
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів		180	
Вибіркові компоненти освітньої програми			
ДВВ	Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти	60	залік
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

* – позакредитна дисципліна в 2,3,4 семестрі

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



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація 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. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14
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	+		+	+			+	+	+						+	+	+	+	+		+		+	+				+		+

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Вченої ради КНУТД
Іван ГРИЩЕНКО

" 08 / 2020 року

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Підготовки першого (бакалаврського) рівня з галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація бакалавр маркетингу
(назва рівня вищої освіти) (шифр і назва галузі знань) (Digital маркетинг)
(назва)

спеціальність 075 Маркетинг Строк навчання 3 роки 10 місяців
(шифр і назва спеціальності) (роки і місяці)

освітня програма Digital маркетинг на основі повної загальної середньої освіти
(назва освітньої програми) (освітній рівень)

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

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Вересень				Жовтень					Листопад				Грудень				Січень					Лютий				Березень					Квітень					Травень					Червень					Липень					Серпень				
	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	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C						
2	s	s	s	s	s	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C						
3	s	s	s	s	s	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C						
4	s	s	s	s	s	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C						

ПОЗНАЧЕННЯ: • – теоретичне навчання; s - індивідуальні заняття та консультації; С- екзаменаційна сесія (в т.ч. додаткова для ліквідації академзаборгованостей); Н- навчальна практика; В- виробнича практика; К – канікули; А- Атестація

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ, ТИЖНІ

Курс	Теоретичне навчання, індивідуальні заняття та консультації	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	виконання дипломної роботи (проєкт)	Канікули	Разом
1	30	5	4			13	52
2	30	5	4			13	52
3	30	5	4			13	52
4	28	5	4	2		4	43
Разом	118	20	16	2	0	43	199

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Навчальна практика "Цифрові технології обробки та візуалізації даних"	2	4
Навчальна практика "Міждисциплінарний тренінг"	4	4
Виробнича	6,8	8

IV. АТЕСТАЦІЯ

Форма атестації (атестаційний екзамен, дипломна робота (проєкт))	Семестр
Атестаційний екзамен	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										
Всього обов'язкових компонентів		28	19	1	1	180	5400	1836	624	24	1188	3564	25	23	17	17	19	19	19	12									
2. Вибіркові компоненти освітньої програми																													
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								
Всього вибіркових компонентів		10			60	1800	360	120		240	1440			6	6	6	6	6	6										
Разом освітніх компонентів		28	29	1	1	240	7200	2196	744	24	1428	5004	25	23	23	23	25	25	25	12									
Загальна кількість кредитів													30																
Кількість годин на тиждень													25	23	23	23	25	25	25	12									
Кількість екзаменів		28																				3	4	4	4	3	3	4	3
Кількість залків		29																				5	4	3	3	5	4	3	2
Кількість розрахункових робіт					1																	1							
Кількість курсових робіт						1																						1	

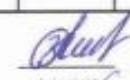
Схвалено Вченою радою
факультету управління та бізнес-дизайну
протокол від "14" 05 2022 р. № 10

Погоджено
проректором
Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Директор НМЦУПФ

Декан факультету управління та бізнес-дизайну

Завідувач кафедри маркетингу
та комунікаційного дизайну
Гарант освітньої програми


(підпис)

(підпис)

(підпис)

(підпис)

Олена ГРИГОРЕВСЬКА
(ім'я та прізвище)
Олександра ОЛЬШАНСЬКА
(ім'я та прізвище)
Юлія КОСТИНЕЦЬ
(ім'я та прізвище)
Ігор ПОНОМАРЕНКО
(ім'я та прізвище)