

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради КНУТД

Іван ГРИЩЕНКО

(протокол від « 30 » 20 21 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) *
21.06.2021 р.  **Оксана МОРГУЛЕЦЬ**

Схвалено Вченою радою факультету економіки та бізнесу

Протокол від « 18 » 05 2021 року № 12

Декан факультету економіки та бізнесу

18.05.2021 р.  **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

15.05.2021 р.  **Юлія КОСТИНЕЦЬ**

Гарант освітньої програми



12.05.2021 р.  **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	Олена ЄВСЕЙЦЕВВА , к.е.н., доцент, заві кафебри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		25.09.2023
Робоча група	Галина КВІТА , к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		25.09.2023
	Катерина ШКОВЕЦЬ , к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		25.09.2023

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1) Євгеній РОМАТ, Голова спілки рекламистів України, д. н. з держ. упр., Київський національний університет імені Тараса Шевченка професор кафедра реклами та зв'язків з громадськістю.

2) Тетяна ЧЕРПАК, начальниця управління розвитку громадської активності та співпраці з неурядовими організаціями Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

3) Олексій МОРОЗ заступник директора НІМЗ «Бабин Яр», співвласник маркетингової агенції «Uvaga Agency».

4) 1. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг

1.1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну. Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Ступінь вищої освіти та кваліфікація мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми від 08.01.2019 УД № 11005977
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(и) викладання	Українська
Строк дії сертифіката про акредитацію освітньої програми	До 01.07. 2025 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/ekts/
1.2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють здатністю 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.	
1.3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

	<ul style="list-style-type: none"> <i>Інструменти та обладнання:</i> 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 загальноуніверситетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна підготовка бакалавра.
Основний фокус освітньої програми	Акцент робиться на розвитку професійних компетентностей у сфері маркетингу; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів. Освітня програма формує управлінський стиль мислення, який ґрунтується на засадах концепції маркетингу та поточних ринкових умовах функціонування підприємства.
Особливості освітньої програми	Оволодіння основними теоретично-прикладними аспектами маркетингової діяльності, які ґрунтуються на принципах та методах дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища функціонування з метою підвищення конкурентоспроможності окремо взятого підприємства, установи та організації будь-якої форми власності та виду економічної діяльності.
1.4 – 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 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 (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проєктних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Використовується студентоцентроване та проблемноорієнтоване навчання, навчання через навчальну та виробничу практику 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.
Оцінювання	Усні та письмові екзамени, тестування, есе, презентації, звіти, контрольні роботи, курсові роботи.

1.6 – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (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 інноваційної 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.
	ФК14	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.
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітню програму за кваліфікацією, відповідають профілю і напрямку освітніх компонентів, що викладаються; мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької/управлінської/інноваційної/творчої роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою. 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.
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 та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном. Виконується в активному дослідницькому середовищі, 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

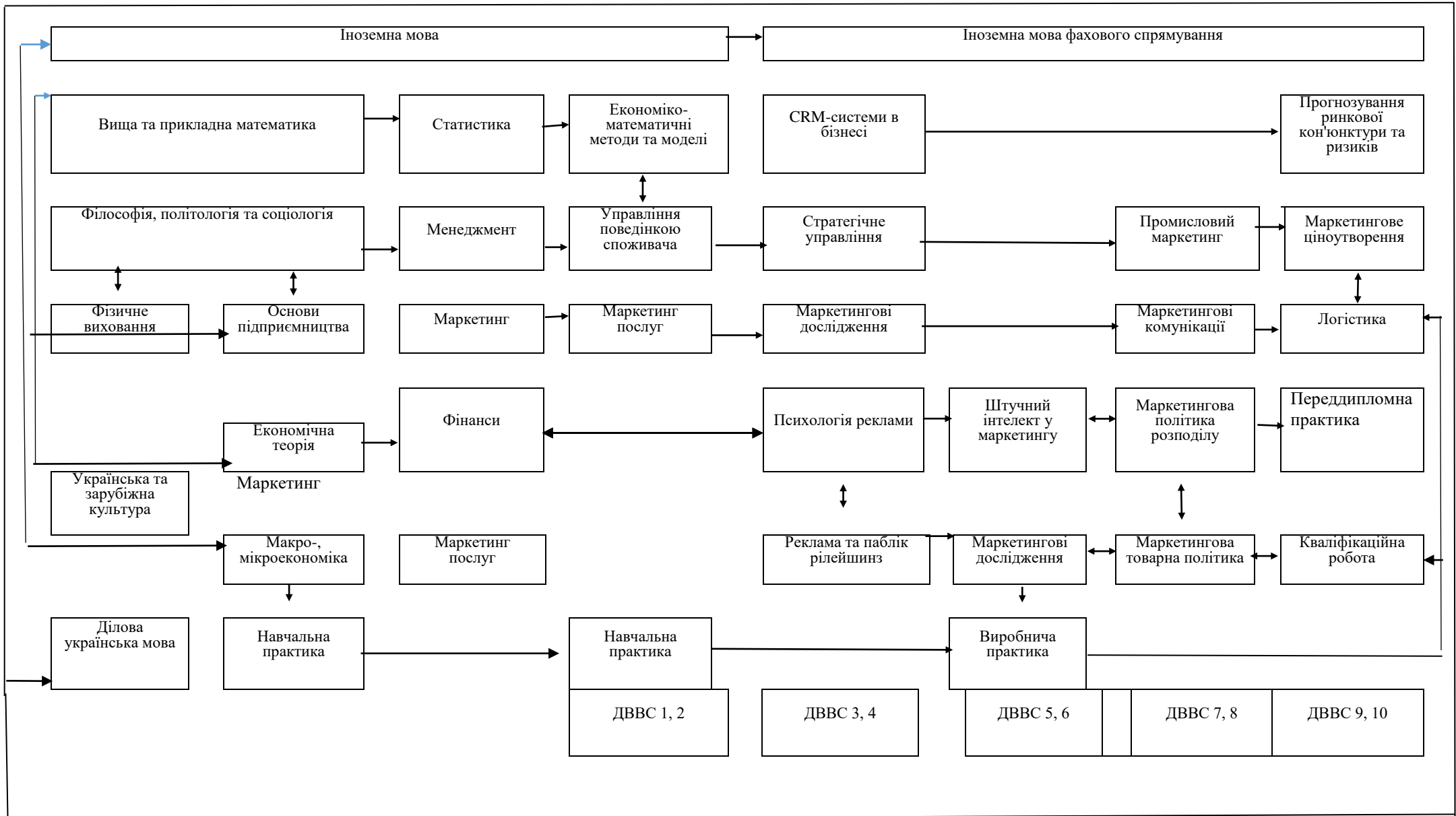
2.1 Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

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 , німецька А1)	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	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	залік
ОК 17	Маркетинг послуг	3	екзамен
ОК 18	CRM-системи в бізнесі	3	екзамен
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	Штучний інтелект у маркетингу	3	екзамен
ОК 25	Маркетингова політика розподілу	3	
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	екзамен
ОК 32	Навчальна практика	12	залік
ОК 33	Виробнича практика	6	залік
ОК 34	Переддипломна практика	6	захист
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	

2.2. Структурно-логічна схема підготовки бакалавра освітньо-професійної програми «Маркетинг» зі спеціальності 075

Маркетинг

1 семестр 1 курс 2 семестр 1 курс 3 семестр 2 курс 4 семестр 2 курс 5 семестр 3 курс 6 семестр 3 курс 7 семестр 4 курс 8 семестр 4 курс



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної складної задачі або проблеми в сфері маркетингової комунікаційної політики, що потребує досліджень та/або інновацій і характеризується невизначеністю умов та вимог. У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті або в репозиторії закладу вищої освіти. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснювати у відповідності до вимог чинного законодавства

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14	ФК15	ФК16	ФК17	ФК18				
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	+						+	+		+								+																		+			

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	ПРН19	ПРН20	ПРН21	ПРН22
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 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:

- Від 18 січня 2021р., протокол № 6 (Переглянуто членів робочої групи. Відповідно до наказу № 373 від 07.12.2021р. замінено членів робочої групи: Пономаренко І.В. на Костинець Ю.В., Подольну В.В. на Саюн А.О., Сичук Ю.В. виведено із складу робочої групи)
- Від 22 вересня 2022р., протокол № 4 (Переглянуто членів робочої групи. Відповідно до наказу № 222 від 19.09.2022р. замінено члена робочої групи Костинець Ю.В. на Квіту Г.М.)
- Від 20 вересня 2023р., протокол №3 (Переглянуто гаранта та членів робочої групи. Відповідно до наказу № 260 від 1.09.2023р. замінено гаранта Зимбалецьку Ю.В. на Євсейцеву О.С., члена робочої групи Саюн А.О. на Шіковець К.О.)

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вчена рада КНУТД
від "30" 06 20

Голова Вченої ради

Рівень вищої освіти

Спеціальність

Освітня програма

Форма здобуття вищої освіти



Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

перший (бакалаврський) рівень (рівень вищої освіти) галузь знань 07 Управління та адміністрування

(цифра і найменування галузі знань)

075 Маркетинг

(код і найменування спеціальності)

Маркетинг

(назва освітньої програми)

денна

(денна, вечірня, заочна, дистанційна)

Освітня кваліфікація Бакалавр маркетингу

(найменування спеціальності)

Строк навчання 3 роки 10 місяців

(рок і місяць)

На основі повної загальної середньої освіти

(освітній рівень)

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Серпень					Вересень					Жовтень					Листопад					Грудень					Счень					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																																																												
2																																																												
3																																																												
4																																																												

A- Атестація

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ, тижні

Курс	Теоретичне навчання, навчальні заняття, лабораторії, завдання, консультації	Екзамени в семестрі	Практика	Атестація	Виконання дипломної роботи (проекту)	Канікули	Разом
1	31	5	4			10	50
2	31	5	4			12	62
3	31	5	4			12	62
4	23	5	4	2	6	8	58
Разом	116	20	16	2	6	42	202

III. ПРАКТИКА

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

IV. АТЕСТАЦІЯ

Форма атестації (атестаційний екзамін, дипломна робота (проєкт))	Семестр
Публічний захист кваліфікаційної роботи	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	1812	624	24	1164	3588	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 вибірових компонентів			10				60	1800	360	120		240	1440			6	6	6	6	6	6
Разом освітніх компонентів			28	29	1	1	240	7200	2172	744	24	1404	5028	25	23	23	23	25	25	25	12
Загальна кількість кредитів														30	30	30	30	30	30	30	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 заліків			28											5	3	3	3	5	4	3	2
Кількість розрахункових робіт					1									1							
Кількість курсових робіт						1														1	


Схвалено Вченою радою ФУБД
протокол від "22" 06 2023 р. № 13


Погоджено
проректор


Директор НМЦУПФ

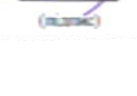
Декан факультету управління та бізнес-дизайну

Завідувач кафедри маркетингу
та комунікаційного дизайну
Гарант освітньої програми


(підпис) Олена ГРИГОРЕВСЬКА
(ім'я та прізвище)


(підпис) Олександра ОЛЬШАНСЬКА
(ім'я та прізвище)


(підпис) Ігор ПОНОМАРЕНКО
(ім'я та прізвище)


(підпис) Юлія ЗИМБАЛЕВСЬКА
(ім'я та прізвище)