

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Вченої ради КНУТД

від «25» червня 2025 р. протокол № 4



Голова Вченої ради

Іван ГРИЩЕНКО

Введено в дію наказом ректора

від «25» червня 2025 р. № 209

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти	<u>перший (бакалаврський)</u>
Ступінь вищої освіти	<u>бакалавр</u>
Галузь знань	<u>D Бізнес, адміністрування та право</u>
Спеціальність	<u>D5 Маркетинг</u>
Освітня кваліфікація	<u>бакалавр маркетингу</u>

Київ
2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
Цифровий маркетинг

Рівень вищої освіти перший бакалаврський

Ступінь вищої освіти бакалавр

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність D 5 Маркетинг

Проректор

16.06.25



Алла КАСИЧ

Директор НМЦУПФ

13.06.25



Олена ГРИГОРЕВСЬКА

Схвалено Вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну

від « 11 » 06 2025 року, протокол № 13

Декан факультету управління

та бізнес-дизайну

13.06.2025



Мар'яна ШКОДА

Схвалено науково-методичною радою факультету управління та бізнес-дизайну

від « 10 » 06 2025 року, протокол № 10

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

« 9 » 06 2025 року, протокол від № 12

Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

9.06.25

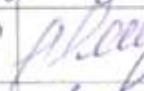
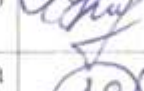


Олена ЄВСЕЙЦЕВА

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБНИКИ:

Робоча група	Інформація про склад робочої групи	Підпис	Дата
1	2	3	4
Група забезпечення освітньої програми	Гарант освітньої програми		
	Шіковець К.О., к.е.н., доцент, Київського національного університету технологій та дизайну		19.05.25
	Касич А. О., д.е.н., професор Київського національного університету технологій та дизайну		19.05.25
	Євсейцева Олена Сергіївна, к.е.н., доцент, Київського національного університету технологій та дизайну		19.05.25
Стейкхолдери	Квіта Г.М., к.е.н., доцент, Київського національного університету технологій та дизайну		19.05.25
	Рубан Д. О., перший заступник директора Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)		19.05.25
	Куницька А. А. здобувач вищої освіти, Київського національного університету технологій та дизайну		19.05.25

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 книготорговців. Голова благодійного фонду «Бібліотечна Країна». Засновник ТОВ «Видавництво «САМІТ-КНИГА».
5. Ярослав ОПАНАСЕНКО, начальник відділу он-лайн просування АТ «УКРПОШТА»

1. Профіль освітньо-професійної програми Цифровий маркетинг

1.1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну. Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність D5 Маркетинг Освітня програма – Цифровий маркетинг
Форма здобуття освіти	Денна, заочна, дистанційна
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Розрахунковий строк виконання освітньої програми	4 роки
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).
Мова викладання	Українська мова
Строк дії сертифіката про акредитацію освітньої програми	До 31.12.2027
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/ekts/
1.2 – Мета освітньо-професійної програми	
Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних здійснювати професійну діяльність у сфері маркетингу з урахуванням сучасних цифрових інструментів і технологій, аналізувати поведінку споживачів у цифровому середовищі, розробляти та впроваджувати стратегії просування товарів і послуг у різних цифрових каналах, використовувати методи маркетингової аналітики для ухвалення обґрунтованих управлінських рішень, а також ефективно інтегруватися у бізнес-процеси через участь у прикладних проєктах, проходження практик і взаємодію з представниками професійного середовища.	
1.3 – Характеристика освітньо-професійної 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 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. 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 здобувача вищої освіти – 25% обираються із загально університетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма має практичну спрямованість і орієнтована на підготовку фахівців, здатних застосовувати сучасні концепції, технології та інструменти цифрового маркетингу для вирішення реальних бізнес-завдань у мінливому цифровому середовищі. Програма створює міцне підґрунтя для професійної самореалізації, кар'єрного зростання у сфері цифрового маркетингу, підприємництва в цифровому бізнесі, а також забезпечує можливість продовження академічного розвитку на наступних рівнях вищої освіти.
Основний фокус освітньої програми	Фокус освітньої програми зосереджений на формуванні у здобувачів освіти системних знань та практичних компетентностей у сфері цифрового маркетингу, аналітики даних, управління маркетинговими процесами в умовах цифрової трансформації та глобалізації ринкових середовищ. Реалізація програми передбачає інтеграцію теоретичних засад із практичною підготовкою шляхом залучення здобувачів освіти до вирішення кейсів, виконання проєктних завдань та участі у партнерських ініціативах бізнес-середовища, що сприяє розвитку аналітичного, критичного та креативного мислення, а також здатності до адаптації в умовах динамічних змін. Ключові слова: ринок, попит, аналіз ринку, взаємодія з клієнтами, цифровий маркетинг, маркетингові дослідження, інструменти цифрового маркетингу, канали просування цифрового маркетингу, SEO (пошукова оптимізація), SMM (маркетинг у соціальних мережах), контент-маркетинг, управління проєктами цифровізації, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингова політика розподілу, маркетингові комунікації, діджитал-стратегії, управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), лідогенерація, автоматизація маркетингових процесів, електронна комерція, UX/UI дизайн у маркетингу, інтегровані маркетингові кампанії, аналіз даних (data-driven marketing), штучний інтелект у маркетингових рішеннях, перформанс-маркетинг, етичні аспекти цифрового маркетингу, аналітичне мислення, практична підготовка, професійний розвиток.
Особливості освітньої програми	Освітньо-професійна програма розроблена з урахуванням сучасних тенденцій підготовки фахівців у сфері цифрового бізнесу та маркетингових технологій, спираючись на кращі практики провідних вітчизняних і зарубіжних закладів вищої освіти. Програма орієнтована на формування у здобувачів освіти глибоких теоретичних знань та практичних компетентностей, необхідних для впровадження інноваційних підходів до цифрового просування із використанням сучасних платформ, аналітичних систем та технологій електронної комерції. Особливий акцент зроблено на розвитку професійних компетентностей у сфері аналізу ринкового середовища, формування стратегій просування та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в умовах глобальної цифровізації економіки.

	Реалізація програми передбачає інтеграцію теоретичної підготовки з інтенсивною практичною діяльністю шляхом проходження виробничої практики, участі бізнес-партнерів в навчальних модулях та запрошених іноземних науковців. Програмою також передбачено підтримку індивідуалізації освітньої траєкторії здобувачів, їхню залученість до науково-дослідної діяльності, стартап-ініціатив, участі у професійних конкурсах, студентських об'єднаннях та міжнародних академічних проєктах. Такий підхід забезпечує формування у випускників програми розвинених професійних, дослідницьких та лідерських компетентностей, необхідних для успішної реалізації здобувача освіти у сфері цифрового маркетингу та електронного бізнесу в умовах трансформації глобальних ринкових середовищ.
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 після опанування освітньої програми «Цифровий 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 проєктних 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 проєктів 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.
Академічні права випускників	Можливість навчання за освітньо-професійною програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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, практичне заняття, семінарське заняття, індивідуальні консультації, інтерактивне спілкування з викладачами, самостійна робота на основі фахової літератури, робота з електронною бібліотекою КНУТД, використання мережі Інтернет, підготовка есе та доповідей, робота у комп'ютерних класах, практична підготовка, підготовка кваліфікаційної роботи.

Оцінювання	Оцінювання результатів навчання здобувачів освіти здійснюється шляхом інтеграції поточного та підсумкового контролю, що дозволяє системно оцінити сформованість професійних та загальних компетентностей, а також рівень досягнення запланованих результатів навчання. Поточне оцінювання передбачає виконання індивідуальних та групових завдань, включаючи підготовку рефератів, написання наукових есе, розробку аналітичних завдань, підготовку та проведення презентацій, вирішення практичних завдань та розрахунково-аналітичних задач, виконання кейс-стаді (аналіз ситуацій). Окрему увагу приділено оцінюванню практико-орієнтованої діяльності, що реалізується шляхом участі здобувачів освіти у творчих та креативних проєктах, зокрема фестивалях реклами, розробці стартап-проєктів, участі у міжвузівських кейс-змаганнях, виступах на конференціях та форумах. До поточного оцінювання також відноситься підготовка та захист курсової роботи, а також звітів за результатами навчальної, виробничої та переддипломної практики. Підсумкове оцінювання включає захист кваліфікаційної роботи та підсумковий контроль (іспити, заліки), що забезпечують комплексну перевірку рівня набутих знань, умінь та навичок, а також здатності здобувачів освіти інтегрувати теоретичні знання з практичною діяльністю у сфері маркетингу. Оцінювання результатів навчання здобувачів проводиться за 100-бальною шкалою, із визначенням рівнів «відмінно», «добре», «задовільно» та «незадовільно».	
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.
	ЗК 15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
	ЗК 16	Здатність захищати Батьківщину.
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 зав'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.
	ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
1.7 – 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 цифрового маркетингу, принципів використання цифрових інструментів та цифрових каналів комунікації.
ПРН 20	Впроваджувати стратегію цифрового маркетингу для вирішення практичних завдань у цифровому середовищі.
ПРН 21	Здатність застосовувати знання, вміння і навички для засвоєння основ захисту України, військової справи, цивільного захисту населення, домедичної допомоги, здійснення психологічної підготовки громадян / Знання загальних правил поведінки та принципів надання допомоги в надзвичайних ситуаціях*.
1.8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	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, а також роботи за фахом та іноземні науковці.

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. 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 репозитарій 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.
1.9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньо-професійної 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 партнерами: Республіка Польща, Чеська Республіка, Республіка Естонія, Італійська Республіка, Республіка Азербайджан. Програма виконується в активному дослідницькому середовищі, також є мобільною за програмою «Подвійний диплом» з Академією вищої школи бізнесу (Республіка Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами.

* - для іноземних здобувачів вищої освіти і студентів заочної та дистанційної форми здобуття вищої освіти.

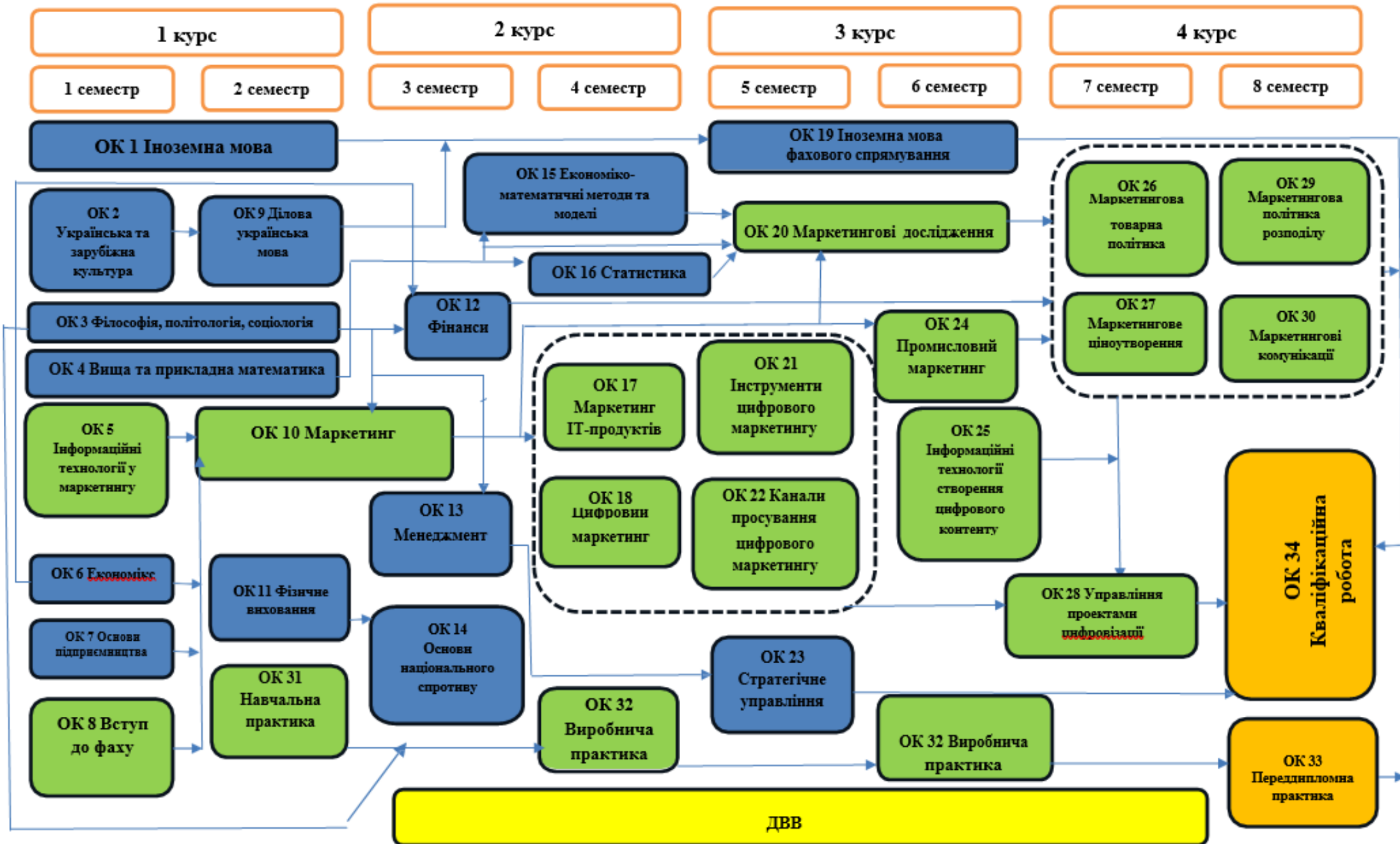
2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік 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	6	екзамен
ОК 2	Українська та зарубіжна культура	2	залік
ОК 3	Філософія, політологія та соціологія	4	екзамен
ОК 4	Вища та прикладна математика	7	екзамен
ОК 5	Інформаційні технології у маркетингу	3	залік
ОК 6	Економікс	4	екзамен
ОК 7	Основи підприємництва	6	екзамен
ОК 8	Вступ до фаху	4	залік
ОК 9	Ділова українська мова	2	залік
ОК 10	Маркетинг	12	екзамен
ОК 11	Фізичне виховання	2	залік
ОК 12	Фінанси	3	екзамен
ОК 13	Менеджмент	6	екзамен
ОК 14	Основи національного спротиву /Основи допомоги в надзвичайних ситуаціях*	5	екзамен
ОК 15	Економіко-математичні методи та моделі	3	екзамен
ОК 16	Статистика	3	екзамен
ОК 17	Маркетинг ІТ продуктів	6	екзамен
ОК 18	Цифровий маркетинг	6	екзамен
ОК 19	Іноземна мова фахового спрямування	4	екзамен
ОК 20	Маркетингові дослідження	9	екзамен
	Курсова робота	1	захист
ОК 21	Інструменти цифрового маркетингу	3	екзамен
ОК 22	Канали просування цифрового маркетингу	4	екзамен
ОК 23	Стратегічне управління	3	екзамен
ОК 24	Промисловий маркетинг	3	екзамен
ОК 25	Інформаційні технології створення цифрового контенту	3	екзамен
ОК 26	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 27	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ОК 28	Управління проектами цифровізації	6	залік
ОК 29	Маркетингова політика розподілу	6	екзамен
ОК 30	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 31	Навчальна практика	6	залік
ОК 32	Виробнича практика	12	залік
ОК 33	Переддипломна практика	6	залік
ОК 34	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	

* - для іноземних здобувачів вищої освіти і студентів заочної та дистанційної форми здобуття вищої освіти.

2.2 Структурно-логічна схема підготовки бакалавра за освітньо-професійною програмою Цифровий маркетинг зі спеціальності D5 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 оприлюднюється у репозитарії на офіційному сайті університету. 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

	ПК	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
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	+		+	+			+	+	+						+	+		+	+	+		+		+	+			+			+

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
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	+	+		+						+	+	+			+		+		+	+	

6. Хронологія перегляду освітньої програми

Зміни внесені до освітньої програми відповідно до рішення вченої ради факультету економіки та управління:

1. Від 23 червня 2026 р., протокол № 12 (впровадженню ОК «Основи національного спротиву» відповідно до наказу КНУТД від 19.06.2026 № 200, внесено зміни в частині назв ОК, оновлено навчальний план ОП, внесено зміни в назву кафедри і факультету відповідно до наказу КНУТД від 17.09.2025 № 366).

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський) (назва рівня вищої освіти) галузь знань D Бізнес, адміністрування та право (шифр і найменування галузь знань) **Освітня кваліфікація** бакалавр маркетингу (найменування спеціальності)

Спеціальність D5 Маркетинг (код і найменування спеціальності)

Освітня програма Цифровий маркетинг (назва освітньої програми) На основі повної загальної середньої освіти (освітній рівень)

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

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Серпень	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	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1	1	1	С	С	С	К	К	К	К	Н	Н	Н	Н	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	С	С	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К								
2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1	1	1	С	С	С	К	К	К	К	В	В	В	В	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	С	С	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К								
3	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1	1	1	С	С	С	К	К	К	К	В	В	В	В	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	С	С	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К								
4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1	1	1	С	С	С	К	К	К	К	П	П	П	П	.	.	.	.	.	.	С	С	Д	Д	Д	Д	Д	Д	А	А																	

Умовні позначення: * – теоретичне навчання; І – індивідуальні завдання та консультації; С – екзаменаційна сесія (в т.ч. додаткова для ліквідації академзаборгованостей); навчальна практика; В – виробнича практика; П – переддипломна практика; Д – дипломне проєктування; К – канікули; А – атестація

Н -

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ, тижні

Курс	Теоретичне навчання, індивідуальні завдання та консультації	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	Виконання кваліфікаційної роботи (проєкту)	Канікули	Разом
1	31	5	4			12	52
2	31	5	4			12	52
3	31	5	4			12	52
4	23	5	4	2	6	4	44
Разом	116	20	16	2	6	40	200

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Навчальна	2	4
Виробнича	4, 6	8
Переддипломна	8	4
Разом		16

IV. АТЕСТАЦІЯ

Форма атестації	Семестр
Захист кваліфікаційної роботи (проєкту)	8

V. ПЛАН ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Шифр за ОП	Назва освітнього компонента	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ЄКТС	Кількість годин						Розподіл кредитів ЄКТС за курсами і семестрами							
		Екзамени	Заліки	Контрольні роботи, розрахунково-графічні роботи	Курсові роботи (проекти)		Загальний обсяг	Аудиторних				Самостійна робота	I курс	II курс		III курс		IV курс		
								у тому числі:					Семестри							
													1	2	3	4	5	6	7	8
													Кількість тижнів в семестрі							
													14	14	14	14	14	14	14	14
1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																				
ОК 1	Іноземна мова	2	1			6,0	180	72			72	108	3	3						
ОК 2	Українська та зарубіжна культура		1			2,0	60	24	12		12	36	2							
ОК 3	Філософія, політологія та соціологія	1,2				4,0	120	48	24		24	72	2	2						
ОК 4	Вища та прикладна математика	2	1	ІКТ		7,0	210	96	36		60	114	4	3						
ОК 5	Інформаційні технології у маркетингу		1			3,0	90	36	12	24		54	3							
ОК 6	Економікс	1				4,0	120	48	24		24	72	4							
ОК 7	Основи підприємництва	1				6,0	180	60	24		36	120	6							
ОК 8	Вступ до фаху		1			4,0	120	48	24		24	72	4							
ОК 9	Ділова українська мова		2			2,0	60	24			24	36		2						
ОК 10	Маркетинг	3	2			12,0	360	120	48		72	210		9	3					
ОК 11	Фізичне виховання		2			2,0	60	24			24	36		2						
ОК 12	Фінанси	3				3,0	90	36	12		24	54			3					
ОК 13	Менеджмент	3				6,0	180	60	24		36	120			6					
ОК 14	Основи національного спротиву	1,2				5,0	150	120	60		60	30	2	3						
ОК 15	Економіко-математичні методи та моделі	4				3,0	90	36	12	24		54			3					
ОК 16	Статистика	4				3,0	90	48	24		24	42			3					
ОК 17	Маркетинг IT-продуктів	4				6,0	180	60	24		36	120			6					
ОК 18	Цифровий маркетинг	3				6,0	180	60	24		36	120			6					
ОК 19	Іноземна мова фахового спрямування	6	5			4,0	120	48			48	72				2	2			
ОК 20	Маркетингові дослідження	6	5			9,0	270	108	36		72	162				6	3			
	Курсова робота				КР	1,0	30					30					1			
ОК 21	Інструменти цифрового маркетингу	5				3,0	90	36	12		24	54			3					
ОК 22	Канали просування цифрового маркетингу	5				4,0	120	48	24		24	72			4					
ОК 23	Стратегічне управління	5				3,0	90	36	12		24	54			3					
ОК 24	Промисловий маркетинг	6				3,0	90	36	12		24	54					3			
ОК 25	Інформаційні технології створення цифрового контенту	6				3,0	90	36	12		24	54					3			
ОК 26	Маркетингова товарна політика	7				6,0	180	60	24		36	120						6		
ОК 27	Маркетингове ціноутворення	7				6,0	180	60	24		36	120						6		
ОК 28	Управління проєктами цифровізації		7			6,0	180	60	24		36	120						6		
ОК 29	Маркетингова політика розподілу	8				6,0	180	72	24		48	108							6	
ОК 30	Маркетингові комунікації	8				6,0	180	72	24		48	108								6
ОК 31	Навчальна практика		2			6,0	180					180		6						
ОК 32	Виробнича практика		4,6			12,0	360					360			6		6			
ОК 33	Переддипломна практика		8			6,0	180					180								6
ОК 34	Кваліфікаційна робота					12,0	360					360								12
Всього обов'язкових компонентів		26	15	1	1	180,0	5400	1692	612	48	1032	3678	30	30	18	18	18	18	18	30

2. Вибіркові компоненти освітньої програми																			
ДВВ	Дисципліни вільного вибору		15		60,00	1800	600	300		300	1200			12	12	12	12	12	
Всього вибіркових компонентів		0	15	0	0	60,00	1800	600	300	0	300	1200	0	0	12	12	12	12	0
Разом освітніх компонентів		26	30	1	1	240,00	7200	2292	912	48	1332	4878	30	30	30	30	30	30	30
Загальна кількість кредитів													30	30	30	30	30	30	30
Кількість екзаменів		26											4	4	4	3	3	4	2
Кількість заліків			30										5	4	3	4	5	4	1
Кількість розрахунково-графічних робіт				1									1						
Кількість курсових робіт (проектів)					1												1		

Схвалено Вченою радою факультету ЕУ
протокол від 23.06.2026 р. № 12

Погоджено
проректор
(підпис)

Олена ГРИГОРЕВСЬКА

Декан факультету ЕУ

Завідувач кафедри Маркетингу

Гарант освітньої програми

Погоджено:
Методист НМЦУПФ

(підпис)
(підпис)
(підпис)
(підпис)

Тетяна ВЛАСЮК

Олена ЄВСЕЙЦЕВА

Катерина ШПОВЕЦЬ

Наталія ГІЛЬ



Олена Висоцька
Олександр ДІВШАНСЬКА

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Рівень вищої освіти

перший (бакалаврський)

(назва рівня вищої освіти)

галузь знань

D Бізнес, адміністрування та право

(номер і найменування галузі знань)

Спеціальність

D5 Маркетинг

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма

Цифровий маркетинг

(назва освітньої програми)

Форма здобуття вищої освіти

заочна, дистанційна

(денна, вечірня, заочна, дистанційна)

Освітня кваліфікація

бакалавр

маркетингу

(найменування спеціальності)

На основі

повної загальної середньої освіти

(освітній рівень)

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Сес. в.	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									Св	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	К	Н	Н	Н	Н	/	/	/	/	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	К	К	К	К									
2	/	/	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	В	В	В	В	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	К	К	К	К								
3	/	/	/	/	/	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	В	В	В	В	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	К	К	К	К							
4	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	В	В	В	В	/	/	/	/	/	С	С	/	/	/	/	/	/	/	/	К	К	К	К	К	К	К	К								
Умовні позначення: Св - святковий день; / - вихідний день; К - заняття; В - вільний день; С - заняття; П - заняття; Д - заняття; А - заняття																																																													

Умовні позначення: Сн - настановна сесія; / - самостійна робота, індивідуальні завдання та консультації; С - екзаменаційна сесія; Н - навчальна практика; В - виробнича практика; П - переддипломна практика; Д - дипломне проєктування; К - канікули; А - атестація

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ, тижні

Курс	Самостійна робота, індивідуальні завдання та консультації	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	Виконання кваліфікаційної роботи (проєкту)	Канікули	Разом
1	26	5	4			9	44
2	32	4	4			12	52
3	32	4	4			12	52
4	24	4	4	2	6	4	44
Разом	114	17	16	2	6	37	192

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Навчальна	2	4
Виробнича	4,6	8
Переддипломна	8	4
Разом		16

IV. АТЕСТАЦІЯ

Форма атестації	Семестр
Захист кваліфікаційної роботи (проєкту)	8

V. ПЛАН ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Шифр за ОП	Назва освітнього компонента	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ЄКТС	Кількість годин					Розподіл годин за курсами і семестрами																	
		Екзамени	Заліки	Контрольні роботи, розрахунок-графічні роботи	Курсові роботи (проекти)		Загальний обсяг	Аудиторних			Самостійна робота	I курс				II курс				III курс				IV курс					
								у тому числі:				Семестри																	
								Всього	лекції	лабораторні		практичні (семінари)	у	1	2	3	4	5	6	7	8								
																						Кількість днів сесії							
																						5	14	15	15	15	14	13	12
1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																													
ОК 1	Іноземна мова	2	1	КТ1, КТ2		6	180	14			14	166	2	6	6														
ОК 2	Українська та зарубіжна культура		1	КТ1		2	60	4	2		2	56	2	2															
ОК 3	Філософія, політологія та соціологія	1,2		КТ1, КТ2		4	120	10	4		6	110	2	4	4														
ОК 4	Вища та прикладна математика	2	1	КТ1, КТ2		7	210	16	6		10	194	4	8	8														
ОК 5	Інформаційні технології у маркетингу		1	КТ1		3	90	8	2	6		82	2	6															
ОК 6	Економікс	1		КТ1		4	120	10	4		6	110	4	6															
ОК 7	Основи підприємництва	1		КТ1		6	180	12	4		8	168	4	8															
ОК 8	Вступ до фаху		1	КТ1		4	120	10	4		6	110	4	6															
ОК 9	Ділова українська мова		2	КТ1		2	60	4			4	56		2	2														
ОК 10	Маркетинг	3	2	КТ1		12	360	24	10		14	336		4	10	10													
ОК 11	Фізичне виховання		2	КТ1		2	60	4	4			56		2	2														
ОК 12	Фінанси	3		КТ1		3	90	8	4		4	82			4	4													
ОК 13	Менеджмент	3		КТ1		6	180	8	2		6	172			4	8													
ОК 14	Основи допомоги у надзвичайних ситуаціях	1,2		КТ1, КТ2		5	150	10	6		4	140	2	4	4														
ОК 15	Економіко-математичні методи та моделі	4		КТ1		3	90	8	2	6		82				2	6												
ОК 16	Статистика	4		КТ1		3	90	10	4		6	80				2	6												
ОК 17	Маркетинг ІТ-продуктів	4		КТ1		6	180	12	4		8	168				4	6												
ОК 18	Цифровий маркетинг	3		КТ1		6	180	12	4		8	168				4	8												
ОК 19	Іноземна мова фахового спрямування	6	5	КТ1, КТ2		4	120	10			10	110					2	4	4										
ОК 20	Маркетингові дослідження	6	5	КТ1, КТ2		9	270	22	8		14	248					4	10	8										
	Курсова робота				СКР	1	30	0				30																	
ОК 21	Інструменти цифрового маркетингу	5		КТ1		3	90	8	2		6	82					2	6											

ОК 22	Канали просування цифрового маркетингу	5		КТІ		4	120	10	4		6	110					4	6			
ОК 23	Стратегічне управління	5		КТІ		3	90	8	2		6	82					2	6			
ОК 24	Промисловий маркетинг	6		КТІ		3	90	8	2		6	82						2	6		
ОК 25	Інформаційні технології створення цифрового контенту	6		КТІ		3	90	8	2		6	82						2	6		
ОК 26	Маркетингова товарна політика	7		КТІ		6	180	12	4		8	168							4	8	
ОК 27	Маркетингове ціноутворення	7		КТІ		6	180	12	4		8	168							4	8	
ОК 28	Управління проєктами цифровізації		7	КТІ		6	180	12	4		8	168							4	8	
ОК 29	Маркетингова політика розподілу	8		КТІ		6	180	14	4		10	166								4	10
ОК 30	Маркетингові комунікації	8		КТІ		6	180	14	4		10	166								4	10
ОК 31	Навчальна практика		2	КТІ		6	180	0				180			Н						
ОК 32	Виробнича практика		4, 6			12	360	0				360					В		В		
ОК 33	Переддипломна практика		8			6	180	0				180									П
ОК 34	Кваліфікаційна робота					12	360	0				360									Д
Всього обов'язкових компонентів		26	15	36	1	180	5400	322	142	12	240	5078	26	58	44	34	40	36	36	32	20

2. Вибіркові компоненти освітньої програми																				
ДВВ	Дисципліни вільного вибору		3 - 7	15		60	1800	120	60		60	1680			12	24	24	24	24	12
Всього вибіркових компонентів			15	15		60	1800	120	60		60	1680			12	24	24	24	24	12
Разом освітніх компонентів		26	30	51	1	240	7200	442	202	12	300	6758	26	58	56	60	62	60	60	20
Загальна кількість кредитів														30	30	30	30	30	30	30
Кількість екзаменів		26												3	4	4	4	3	4	2
Кількість заліків			30											5	4	4	4	5	4	1
Кількість контрольних робіт, розрахунково-графічних робіт				36																
Кількість курсових робіт, рефератів					1													1		

Схвалено Вченою радою ФЕУ
протокол від 23.06.2026 р. № 12

Декан факультету ЕУ

Завідувач кафедри Маркетингу

Гарант освітньої програми

Погоджено: провідний фахівець НМЦУПФ

Погоджено
проректор

*з науково-педагогічної
дільниці (освітня дільниця)*
Олена Григорівна

[Підписи]

Тетяна ВЛАСЮК

Олена ЄВСЕЙЦЕВА

Катерина Шіковець

Ірина ТЕСЛЮЧЕНКО