

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Вченої ради КНУТД

Київ 15 червня 2025 р. протокол № 4

Голова Вченої ради

Іван ГРИЩЕНКО



Введено в дію наказом ректора

від 15 червня 2025 р. № 209

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
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
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

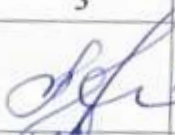
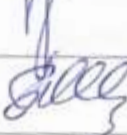
09.06.25



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 Євсейцева О.С., к.е.н., доцент, Київського національного університету технологій та дизайну		22.06.26
	Шіковець К.О., к.е.н., доцент, Київського національного університету технологій та дизайну		22.06.26
	Квіта Г.М., к.е.н., доцент, Київського національного університету технологій та дизайну		22.06.26
Стейкхолдери	Черпак Т.В., начальниця управління розвитку громадської активності та співпраці з неурядовими організаціями Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу, Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)		22.06.26
	Пірієнко А.А. здобувачка вищої освіти, Київського національного університету технологій та дизайну		22.06.26

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. Юрій ДАНЬКО д.е.н., професор, проректор з наукової та міжнародної діяльності Сумського аграрного університету.
2. Ірина ЛИЛИК к.е.н., доц., Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Голова Кваліфікаційного комітету Української асоціації маркетингу.
3. Сергій СОЛНЦЕВ професор, доктор фіз.-мат. наук, завідувач кафедри промислового маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».
4. Олексій ВІНОГРАДОВ к.е.н., доц., Віце-президент бізнес-школи МІМ. Директор програм pre-MBA «Маркетинг».
5. Вікторія ДУБІНКІНА в.о. заступника директора Департаменту суспільних комунікацій Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

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
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність D5 Маркетинг Освітня програма – 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
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 конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, здатних здійснювати професійну діяльність з аналізу ринкових процесів, формування попиту, розроблення та реалізації ефективних стратегій просування товарів і послуг, прийняття обґрунтованих управлінських рішень в умовах динамічного середовища на основі сучасних теоретичних знань, розвинених аналітичних, критичних і креативних здібностей, а також практичних компетентностей, що формуються шляхом залучення здобувачів освіти до вирішення прикладних завдань у співпраці з фахівцями бізнес-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 прикладний характер і спрямована на засвоєння актуальних теоретичних і практичних аспектів сучасного маркетингу, що створює підґрунтя для подальшого професійного розвитку та продовження навчання.
Основний фокус освітньої програми	Основний фокус освітньої програми полягає в підготовці фахівців, здатних глибоко розуміти механізми функціонування ринку, формувати конкурентоспроможні маркетингові пропозиції, управляти взаємодією між бізнесом і споживачем, а також розробляти й реалізовувати ефективні стратегії просування в умовах сучасного динамічного ринкового середовища. Програма орієнтована на розвиток аналітичного, стратегічного та креативного мислення, а також на формування професійних навичок шляхом залучення здобувачів освіти до роботи з реальними кейсами, прикладними проектами та партнерськими ініціативами з представниками бізнес-середовища Ключові слова: ринок, попит, аналіз ринку, прогнозування ринкової кон'юнктури, управління продуктом, просування товарів і послуг, взаємодія з клієнтами, маркетинг, маркетинг послуг, міжнародний маркетинг, промисловий маркетинг, поведінка споживачів, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингова політика розподілу, маркетингові комунікації, аналітичне мислення, практична підготовка, професійний розвиток.
Особливості освітньої програми	Програма розроблена з урахуванням інноваційних трендів професійної підготовки у сфері маркетингу, що застосовуються у провідних університетах і бізнес-школах світу. Особливість освітньої програми спрямована на здобуття здобувачами практичного досвіду впровадження сучасних технологій, опанування теоретичних і прикладних аспектів маркетингової діяльності, що використовуються у бізнес-середовищі. Особливий акцент зроблено на вивченні принципів, методів дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єктів економічної діяльності. Програма сприяє формуванню у майбутніх фахівців широкого спектру професійних та дослідницьких компетентностей, необхідних для успішної діяльності в умовах сучасного глобального ринку. Програма забезпечує здобуття фахової освіти з акцентом на практичну підготовку, яка включає щорічну професійну практику, участь у навчальному процесі маркетингологів-практиків та іноземних науковців. Водночас вона сприяє особистісному розвитку здобувачів шляхом створення умов для побудови індивідуальної траєкторії навчання, отримання практичного досвіду у сфері маркетингу вже під час навчання, участі у наукових та творчих конкурсах, студентському самоврядуванні та культурному житті університету. Такий підхід дозволяє гармонійно поєднувати розвиток професійних компетентностей із формуванням особистісних якостей та навичок лідерства.

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. Професійні назви робіт за ДКП: 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, зі збуту, із зав'язків з громадськістю, з реклами 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Фахівець із зав'язків з громадськістю та пресою 3415 Технічний та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний)
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, лабораторне заняття, індивідуальні консультації, інтерактивне спілкування з викладачами, самостійна робота на основі фахової літератури, робота з електронною НТБ 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 (екзамени, 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.

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)	ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
	ЗК2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
	ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
	ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
	ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
	ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
	ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
	ЗК10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
	ЗК11	Здатність працювати в команді.
	ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
	ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
	ЗК15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не доброчесності.
	ЗК16	Здатність захищати Батьківщину.
Фахові компетентності (ФК)	ФК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	ФК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	ФК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
	ФК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	ФК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	ФК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	ФК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	ФК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

	ФК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
	ФК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
	ФК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
1.7 – Програмні результати навчання		
ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	
ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
ПРН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
ПРН13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	
ПРН15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	
ПРН16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
ПРН17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	

ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН19	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 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, 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.

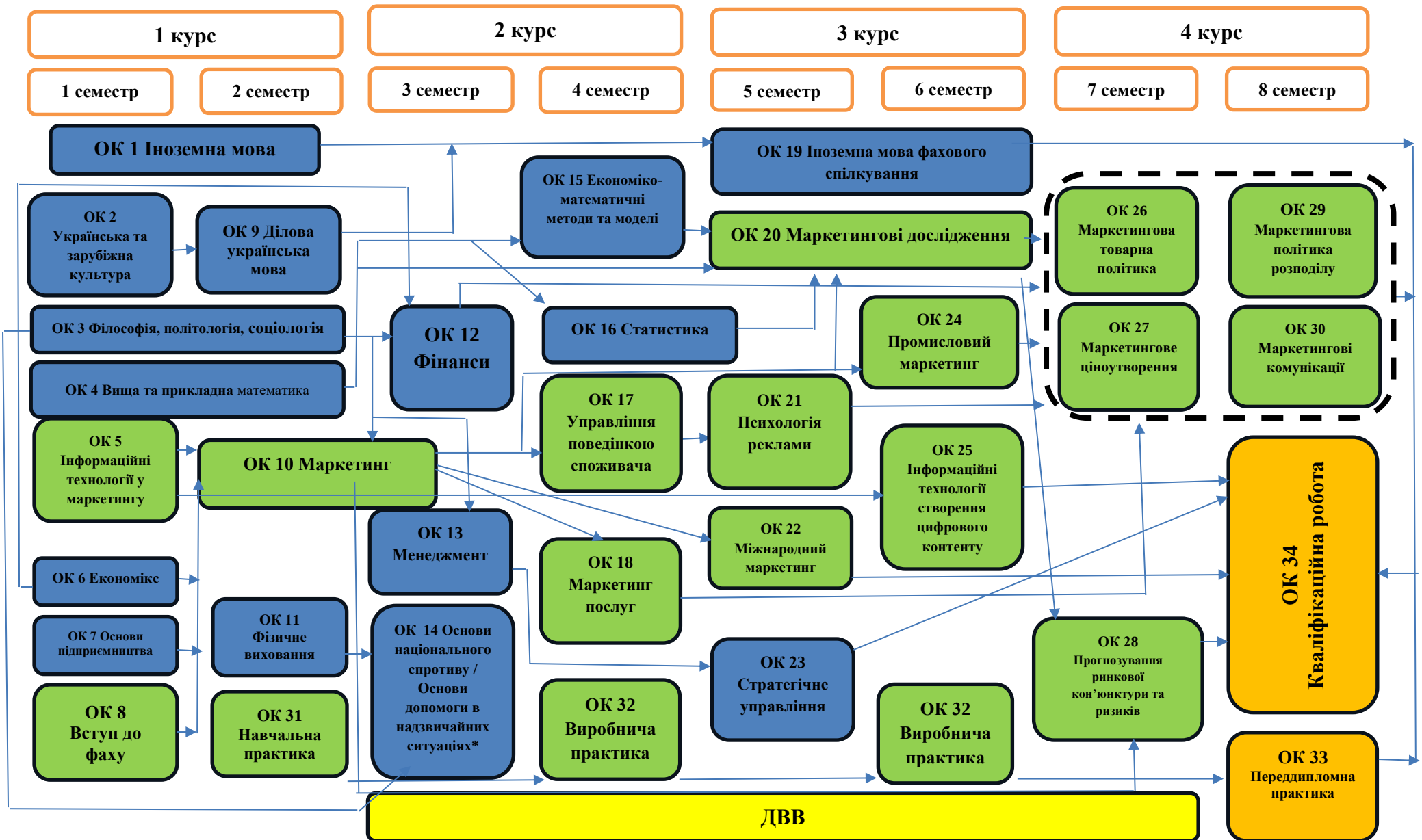
2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

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	Управління поведінкою споживача	6	екзамен
ОК 18	Маркетинг послуг	6	екзамен
ОК 19	Іноземна мова фахового спрямування	4	екзамен
ОК 20	Маркетингові дослідження	9	екзамен
	Курсова робота	1	захист
ОК 21	Психологія реклами	3	екзамен
ОК 22	Міжнародний маркетинг	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	Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків	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 Маркетинг зі спеціальності D5 Маркетинг



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

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 має бути оприлюднена шляхом розміщення у репозиторії КНУТД. 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	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
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 (внесено зміни до складу робочої групи відповідно до наказу КНУТД від 08.04.2026 № 125, 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).

