*ПРОЕКТ*

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет

технологій та дизайну

затверджено

Рішення Вченої ради КНУТД

від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. протокол № \_\_\_

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Іван ГРИЩЕНКО

Введено в дію наказом ректора

від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. № \_\_\_\_\_

освітньо-професійна Програма

**DIGITAL МАРКЕТИНГ**

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти бакалавр

Галузь знань  D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність  D5 Маркетинг

Освітня кваліфікація бакалавр маркетингу

Київ

2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

Digital маркетинг

Рівень вищої освіти перший бакалаврський

Ступінь вищої освіти бакалавр

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність D 5 Маркетинг

Проректор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Людмила ГАНУЩАК-ЄФІМЕНКО

(дата) (підпис)

Директор НМЦУПФ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олена ГРИГОРЕВСЬКА

(дата) (підпис)

Схвалено Вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну

від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року, протокол № \_\_\_\_

Декан факультету управління та бізнес-дизайну

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Мар’яна ШКОДА

(дата) (підпис)

Схвалено науково-методичною радою факультету управління та бізнес-дизайну

від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року, протокол № \_\_\_\_

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року, протокол від № \_\_\_\_

Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олена ЄВСЕЙЦЕВА

(дата) (підпис)

**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 Катерина Олексіївна , к.е.н., доцент |  |  |
| Євсейцева Олена Сергіївна, к.е.н., доцент |  |  |
| Квіта Галина Миколаївна, к.е.н., доцент |  |  |
| Стейкхолдери | Рубан Дмитро Олександрович, перший заступник директора Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) |  |  |
| Куницька Анна Анатоліївна, здобувач вищої освіти, гр. БМРД-1-23 |  |  |

**РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**:

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

**1.** **Профіль освітньо-професійної програми Digital 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 |
| **Кваліфікація в дипломі** | Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність D5 МаркетингОсвітня програма – Digital 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 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).  |
| **Мова викладання** | Українська |
| **Строк дії сертифіката про акредитацію освітньої програми** | До 01.07. 2026 р. |
| **Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми** | <http://knutd.edu.ua/ekts/> |
| **1.2 – Мета освітньо-професійної програми** |
| Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють здатністю ефективно застосовувати сучасні цифрові технології, інструменти аналітики та інноваційні підходи до управління маркетинговими процесами в умовах цифрової трансформації бізнесу та суспільства, що передбачає застосування відповідних теорій, методів характеризується комплексністю та невизначеністю умов. |
| **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 підготовка бакалавра. |
| **Основний фокус освітньої програми**  | Акцент робиться на формуванні та розвитку професійних компетентностей у сфері цифрових маркетингових технологій; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів. Програма розвиває перспективи підготовки фахівців digital маркетингу з урахуванням особливостей розвитку бізнес-середовища.Ключові слова: Digital маркетинг, цифрові маркетингові технології, розвиток бізнес-середовища, SEO та SEM, контент-маркетинг, аналітика. |
| **Особливості освітньої програми** | Програма базується на врахуванні інноваційних трендів професійної підготовки у сфері digital маркетингу провідних зарубіжних університетів та шкіл, зорієнтована на набуття досвіду імплементації сучасних технологій, теоретично-прикладних аспектів маркетингової діяльності провідних корпорацій світу, які ґрунтуються на принципах та методах дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища функціонування з метою підвищення конкурентоспроможності суб’єкту економічної діяльності; сприяє формуванню у випускників комплексу професійних та дослідницьких компетентностей. |
| **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 «Digital маркетинг» може обіймати первинні посади (менеджер-маркетолог, консультант з цифрового маркетингу, рекламіст, фахівець із маркетингу соціальних мереж, фахівець з методів розширення ринку збуту на цифрових ринках, фахівець зв’язків із громадськістю та пресою, фахівець-аналітик із досліджень ринку у цифровому середовищі) у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв’язків тощо на підприємства різного профілю, організаційно-правової форми та рівня (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах, Digital-стратег, фахівець у сфері розвитку бізнесу, SEO фахівець, контент-менеджер, менеджер з соціальних медіа, Account Manager та інше. Робота у сфері фрілансу: SEO фахівець, роектирій, SMM менеджер, PPC тощо. Реалізація власних проектів у сфері Digital marketing: продаж маркетингових послуг через мережу Інтернет, створення та продаж авторських digital продуктів (сайти, сервіси, мобільні додатки, Інтернет-портали та інше), співробітництво з партнерськими мережами тощо. |
| **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** | Використовується студентоцентроване та проблемно орієнтоване навчання, навчання через навчальну, виробничу переддипломну практики та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти. Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське заняття, практичне 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. |
| **Оцінювання** | Письмове та усне опитування, захист лабораторних та ситуаційних завдань, презентації, індивідуальні та контрольні роботи, тестування, есе, звіти практик, курсова робота, публічний захист кваліфікаційної 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 |
| ЗК 15 | Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів роектирійості. |
| **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. |
| **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. |
| ПРН18 | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. |
| **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 та/ або роботи за фахом та іноземні лектори. |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти.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 роектирій <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 Польщі, Латвії, Естонії, Італії та Азербайджану. Програма виконується в активному дослідницькому середовищі, також є мобільною за програмою «Подвійний диплом» з університетами Польщі. |
| **Навчання іноземних здобувачів вищої освіти** | Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами.  |

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

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи (проєкти), практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
| **Обов’язкові компоненти освітньої програми** |
| ОК 1 | Іноземна мова (англійська, [французька](https://drive.google.com/file/d/1nudrsbHPsPto3tiASpXxCebTW2ad8i82/view?usp=drive_link), німецька) | 9 | екзамен |
| ОК 2 | Ділова українська мова | 2 | залік |
| ОК 3 | Філософія, політологія та соціологія | 4 | екзамен |
| ОК 4 | Українська та зарубіжна культура | 2 | залік |
| ОК 5 | Іноземна мова фахового спрямування спрямування [(англійська, французька, німецька)](https://docs.google.com/document/d/1nN8PkREn8eUB6iLg-qpGTKWdtpyz1p_Y/edit?usp=drive_link&ouid=117083725558265977100&rtpof=true&sd=true) | 8 | екзамен |
| ОК 6 | Вища та прикладна математика | 9 | екзамен |
| ОК 7 | Фізичне виховання | 2 | залік |
| ОК 8 | Маркетинг | 8 | екзамен |
| ОК 9 | Економічна теорія | 6 | екзамен |
| ОК 10  | Основи підприємництва | 7 | екзамен |
| ОК 11 | Макро-, мікроекономіка | 4 | екзамен |
| ОК 12 | Фінанси | 3 | екзамен |
| ОК 13 | Менеджмент | 6 | екзамен |
| ОК 14 | Управління поведінкою споживачів | 3 | екзамен |
| ОК 15 | Статистика | 3 | екзамен |
| ОК 16 | Економіко-математичні методи та моделі | 3 | екзамен |
| ОК 17 | Digital маркетинг | 3 | екзамен |
| ОК 18 | CRM-системи в бізнесі | 3 | залік |
| ОК 19 | Вступ до фаху: практичний курс з маркетингу | 7 | екзамен |
| ОК 20 | Маркетингові дослідження | 8 | екзамен |
| Курсова робота | 1 | захист |
| ОК 21 | Інструменти digital маркетингу | 8 | екзамен |
| ОК 22 | Канали просування у digital маркетингу | 3 | екзамен |
| ОК 23 | Інформаційні технології створення digital контенту | 3 | екзамен |
| ОК 24 | Маркетингова політика розподілу | 3 | екзамен |
| ОК 25 | Маркетингові комунікації | 6 | екзамен |
| ОК 26 | Управління проектами цифровізації | 4 | екзамен |
| ОК 27 | Маркетингова товарна політика | 3 | екзамен |
| ОК 28 | Маркетинг IT-продуктів | 2 | екзамен |
| ОК 29 | Маркетингове ціноутворення | 4 | екзамен |
| ОК 30 | Прогнозування ринкової кон’юнктури та ризиків | 4 | залік |
| ОК 31 | Навчальна практика | 12 | залік |
| ОК 32 | Виробнича практика | 6 | залік |
| ОК 33 | Переддипломна практика | 6 | залік |
| ОК 34 | Підготовка та захист кваліфікаційної роботи | 12 | атестація |
| ОК35\* | Базова загальновійськова підготовка (теоретична частина) | 3 | екзамен |
| **Загальний обсяг обов’язкових освітніх компонентів** | **180/177** |
| **Вибіркові компоненти освітньої програми** |
| ДВВ | [Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти](https://knutd.edu.ua/ekts/dvvs/dvvs-24-25/) | 60/63 | залік |
| **ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ** | **240** |

\*– Базову підготовку (БЗВП) проходять громадяни України чоловічої статі (жіночої статі - добровільно), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти

2.2 Структурно-логічна схема підготовки бакалавра за освітньо-професійною програмою Digital Маркетинг зі спеціальності D5 Маркетинг

CRM-системи в бізнесі

Менеджмент

Макро-, мікроекономіка

Економічна теорія

Маркетингові комунікації

Фінанси

Філософія, політологія та соціологія

Маркетингова політика розподілу

Вища та прикладна математика

Статистика

**1 семестр 1 курс** курс

**8 семестр 4 курс**

**7 семестр 4 курс**

**6 семестр 3 курс**

**5 семестр 3 курс**

**4 семестр 2 курс**

**3 семестр 2 курс**

**2 семестр 1 курс**

Іноземна мова

Іноземна мова фахового спрямування

Економіко-математичні методи та моделі

Прогнозування ринкової конюктури та ризиків

Маркетингова товарна політика

Маркетингові дослідження

Маркетингове ціноутворення

Інформаційні технології створення digital

Маркетинг ІТ-продуктів

Інструменти digital

маркетингу

Digital маркетинг

Маркетинг

Управління проектами ціфровізації

Основи підприємництва

Канали просування у digital маркетингу

Українська та зарубіжна культура

Управління поведінкою споживачів

Вступ до фаху: практичний курс з маркетингу

Ділова українська мова

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**Переддипломна практика**

**Виробнича практика**

**Навчальна практика**

**Навчальна практика**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………

**ДВВ**

**ДВВ**

**ДВВ**

**ДВВ / БЗВП**

**ДВВ / БЗВП**

Фізичне виховання

**3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

|  |  |
| --- | --- |
| **Форми атестації здобувачів вищої освіти** | Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. |
| **Вимоги до****кваліфікаційної роботи** | Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.  |

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ІК** | **ЗК1** | **ЗК2** | **ЗК3** | **ЗК4** | **ЗК5** | **ЗК6** | **ЗК7** | **ЗК8** | **ЗК9** | **ЗК10** | **ЗК11** | **ЗК12** | **ЗК13** | **ЗК14** | **ЗК15** | **ФК1** | **ФК2** | **ФК3** | **ФК4** | **ФК5** | **ФК6** | **ФК7** | **ФК8** | **ФК9** | **ФК10** | **ФК11** | **ФК12** | **ФК13** | **ФК14** |
| **ОК 1** | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 2** | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 3** | + | + | + | + | + | + |  | + |  |  |  | + |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 4** | + | + | + | + | + | + |  | + |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 5** | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 6** | + |  |  | + | + |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 7** | + |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 8** | + |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  | + | + | + |  |  |  |  | + |  | + |
| **ОК 9** | + |  |  | + | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 10** | + |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  | + |  | + |  |
| **ОК 11** | + |  |  | + | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 12** | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 13** | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 14** | + |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  | + |  |  |  |
| **ОК 15** | + |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 16** | + |  |  | + |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |  |
| **ОК 17** | + |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |
| **ОК 18** | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |
| **ОК 19** | + |  |  |  | + | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 20** | + |  |  | + |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |  |
| **ОК 21** | + |  |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 22** | + |  |  |  |  | + | + | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  |
| **ОК 23** | + |  |  | + | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  | + |  |  |  | + |  |  |  |
| **ОК 24** | + |  |  |  | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  | + |
| **ОК 25** | + |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 26** | + |  |  |  | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + | + |  |  |  | + |  |  |  |  | + |
| **ОК 27** | + |  |  |  | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |
| **ОК 28** | + |  |  |  | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  | + |
| **ОК 29** | + |  |  |  | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  | + |
| **ОК 30** | + |  |  |  |  |  | + | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  | + | + |  |  |  |
| **ОК 31** | + |  |  |  | + | + | + | + |  | + |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 32** | + |  |  |  | + | + | + | + |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 33** | + |  |  |  | + | + | + | + | + | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  | + |  | + |  |  |
| **ОК 34** | + |  |  |  |  | + | + |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + |  | + |  | + |

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

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ПРН1** | **ПРН2** | **ПРН3** | **ПРН4** | **ПРН5** | **ПРН6** | **ПРН7** | **ПРН8** | **ПРН9** | **ПРН10** | **ПРН11** | **ПРН12** | **ПРН13** | **ПРН14** | **ПРН15** | **ПРН16** | **ПРН17** | **ПРН18** |
| **ОК 1** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 2** | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |
| **ОК 3** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |
| **ОК 4** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |
| **ОК 5** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 6** |  | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 7** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |
| **ОК 8** | + |  | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  | + |  |  |
| **ОК 9** |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 10** |  |  | + | + |  | + |  |  |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |
| **ОК 11** |  |  | + | + |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 12** |  |  | + | + |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 13** |  |  | + | + |  | + |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 14** |  |  | + |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 15** |  |  | + | + |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 16** |  | + |  | + |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 17** | + |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 18** |  |  |  | + | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 19** | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  | + |  | + |
| **ОК 20** |  | + |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 21** | + | + | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 22** | + |  | + |  |  |  |  | + |  |  |  | + |  | + |  |  |  |  |
| **ОК 23** |  |  | + |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 24** | + |  | + |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 25** |  |  | + |  | + |  |  |  |  | + |  | + |  | + |  | + | + |  |
| **ОК 26** | + |  | + | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 27** | + |  | + |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 28** | + |  | + |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 29** | + |  | + |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК 30** |  | + |  | + |  |  | + |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК 31** | + |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + |  |
| **ОК 32** |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |  | + | + | + |  |  | + |  |
| **ОК 33** |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |  | + | + | + |  |  | + |  |
| **ОК 34** |  |  |  |  |  |  | + |  | + |  |  | + | + |  |  |  | + |  |