

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

підготовки здобувачів вищої освіти
на першому (бакалаврському) рівні

«МАРКЕТИНГ»

за спеціальністю	D5 Маркетинг
галузі знань	D Бізнес, адміністрування та право
кваліфікація	бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету
економіки і технологій

«31» серпня 2026 р. (протокол № 1)

Голова Вченої ради Державного
університету економіки і технологій



Валентин ОРЛОВ

«31» серпня 2026 р.

Кривий Ріг
2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

D Бізнес, адміністрування та право

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 Маркетинг

КВАЛІФІКАЦІЯ

бакалавр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Кафедрою управління бізнесом Державного університету економіки і технологій від 30.06.2026 р. №12

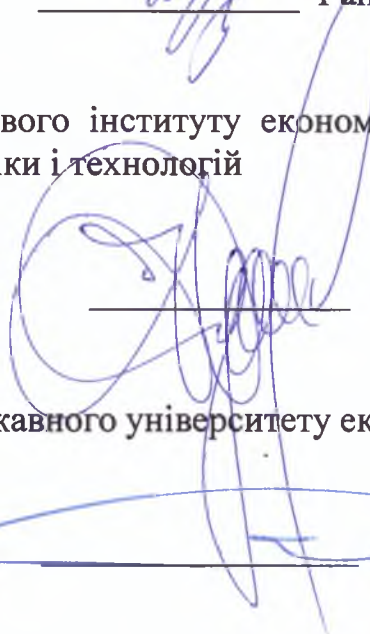
Завідувач кафедри


Ганна АНДРУЩЕНКО

СХВАЛЕНО

Вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій
Протокол від 26.08.2026 р. №1

Голова Вченої ради


Олег ПОДКОПАЄВ

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Державного університету економіки і технологій
Протокол від 27.08.2026 р. №1

Голова науково-методичної ради


Руслан ДУТЧАК

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету економіки і технологій
Протокол від 31.08.2026 р. №1

Голова Вченої ради


Валентин ОРЛОВ

НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ ректора Державного університету економіки і технологій
від 31.08.2026 р. № 136

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг, розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти №1343 від 05.12.2018 р.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма для бакалавра розроблена проектною групою у складі:

1. Валентина Віталіївна Барабанова – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління бізнесом Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій, керівник проектної групи.
2. Ганна Іванівна Андрущенко – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри управління бізнесом Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій, член проектної групи.
3. Тетяна Олександрівна Петрішина – кандидат економічних наук, доцент кафедри управління бізнесом Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій, член проектної групи.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейхолдерів:

1. Шипуліна Юлія Сергіївна - професорка кафедри маркетингу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доктор економічних наук, професор.
2. Тітяпов Віталій Ігорович - керівник служби логістики ТОВ Сноу Агро Трейд (Україна, агробізнес) і Snow Doms SL (Іспанія, агробізнес, титановий бізнес); перший заступник директора - директор з операційної роботи ЗАТ Feratransa (Литва, міжнародні залізничні перевезення); аспірант Українського державного університету науки і технологій.
3. Давоян Едуард Юхимович – фізична особа-підприємець, креативний директор у сфері маркетингу.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет економіки і технологій Навчально-науковий інститут економіки та бізнес – освіти Кафедра управління бізнесом
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти: Бакалавр Освітня кваліфікація: Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми українською та англійською мовами	Маркетинг Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	<p>Тип диплома: диплом бакалавра, одиничний.</p> <p>Обсяг освітньо-професійної програми:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС (термін навчання 3 роки 10 місяців); - на базі ступеня молодший бакалавр (освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст) заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) (термін навчання 1 рік 10 місяців); - спеціальностей галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, а також а спеціальністю C1 Економіка галузі знань C Соціальні науки, журналістика та інформація – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня фаховий молодший бакалавр заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти (термін навчання 2 роки 10 місяців). <p>Прийом на основі ступенів молодший бакалавр, фаховий молодший бакалавр або освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.</p> <p>Мінімум 120 кредитів ЄКТС (50% обсягу) освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.</p>
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності УД № 04009938, дійсний до 31.12.2027.
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	ПЗСО, НРК5 Прийом здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. Без обмежень доступу до навчання. Умови

	вступу визначають правила прийому до ЗВО Державний університет економіки і технологій.
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	До завершення повного циклу навчання
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.duet.edu.ua/ua/area/fakulteti/op-z-2025
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Сформувати у майбутніх фахівців систему теоретико-методологічних знань та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<p>D Бізнес, адміністрування та право</p> <p>D5 Маркетинг</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна. Освітньо-професійна програма спеціальності D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти базується на законах, закономірностях та принципах, а також історичних передумовах та сучасних тенденціях розвитку маркетингу.</p> <p>Орієнтується на використання сучасних методів та технологій провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Формує креативних фахівців із новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи маркетингової діяльності підприємства, установи та організації, але й удосконалювати їх на базі сучасних досягнень.</p>

Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p><i>Загальна освіта</i> в галузі знань D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг: глибокі знання з маркетингу, маркетингових досліджень, управління продажами, маркетингової товарної політики, цифрового маркетингу.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, цифровий маркетинг, маркетингова товарна політика, логістика, послуги, збут, маркетингові дослідження, дизайн, реклама.</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів маркетингу має ряд особливостей, які роблять її актуальною та ефективною для формування висококваліфікованих фахівців з маркетингу. Програма активно впроваджує дизайн-мислення як інструмент для розв'язання маркетингових завдань. Здобувачі навчаються дивитися на проблеми з позиції користувача, розробляти інноваційні та ефективні рішення, що надає їм конкурентну перевагу в професійній сфері. Крім того, програма передбачає проходження практики вже з другого курсу. Це дає можливість здобувачам отримати реальний досвід роботи в умовах сучасного маркетингового середовища та застосовувати набуті знання на практиці.</p>
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники програми можуть займати посади (за державним класифікатором професій ДКК 003:2010):</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю</p> <p>1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання</p> <p>1448 Менеджери (управителі) туристичних агентств та бюро подорожей</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами</p> <p>3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей</p> <p>3415 Технічні та торгівельні представники</p> <p>3416 Закупники</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010».</p>
Подальше навчання	<p>Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за програмами НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, організаційне навчання в Moodle, проблемно-орієнтоване навчання, творчі підходи до навчання, креативність освіти, самонавчання, індивідуальна робота з викладачами, участь у наукових дослідженнях.</p>

Оцінювання	Тестування знань, оцінювання усних відповідей, презентацій на практичних заняттях, виконання та захист самостійних індивідуальних робіт; курсових робіт, модульних контрольних робіт, складання екзаменів, захист звітів з практик, захист кваліфікаційної бакалаврської роботи.
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)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та інших будь-яких проявів не доброчесності.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p>

	<p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 - Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПР)	<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>

	<p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР15. 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.</p> <p>ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення навчання за даною освітньо-професійною програмою передбачає, що 100% освітніх компонентів викладатимуть особи із науковим ступенем кандидата / доктора наук, наукові праці яких відповідають освітнім компонентам, що викладаються; мають необхідний стаж педагогічної роботи. До процесу викладання залучатимуться практики, які мають досвід маркетингової діяльності. Згідно Закону України «Про вищу освіту» з метою підвищення фахового рівня науково-педагогічні працівники проходять стажування не рідше, ніж один раз на п'ять років, беруть участь у професійних тренінгах.
Матеріально-технічне забезпечення	Особливостями матеріально-технічного забезпечення освітньо-професійної програми є наявність у навчального закладу необхідних об'єктів навчального та соціально-побутового призначення у відповідності до ліцензійних вимог.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення освітнього процесу передбачає можливість здобувачів використовувати модуль активного навчання у об'єктно-орієнтованому середовищі (Moodle) та наявність відповідних ліцензованих, публічних комп'ютерних програм для проведення практичних та творчих занять. Навчально-методичне забезпечення передбачає наявність навчально-методичних комплексів з усіх освітніх компонентів навчального плану, методичних рекомендацій для виконання курсових робіт та усіх видів практик.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Може здійснюватися на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Може здійснюватися у рамках програми ЄС Ерасмус + на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться.

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

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кіль- кіст- ь кред- итів	Форма підсумкового контролю
І.Обов'язкові компоненти			
ОК 1	Основи бізнесу	6	Іспит
ОК 2	Прикладна інформатика	6	Іспит
ОК 3	Тренінг-курс з ефективних комунікацій та командоутворення	3	Залік
ОК 4	Психологія	3	Залік
ОК 5	Українська мова професійного спрямування	3	Залік
ОК 6	Менеджмент	6	Іспит
ОК 7	Іноземна мова	6	Залік/залік
ОК 8	Історія української державності	5	Іспит
ОК 9	Маркетинг	6	Іспит
ОК 10	Прикладна математика	5	Іспит
ОК 11	Дизайн-мислення	3	Іспит
ОК 12	Статистика	4	Іспит
ОК 13	Філософія	3	Іспит
ОК 14	Політичне маніпулювання	3	Залік
ОК 15	Фінанси	6	Іспит
ОК16	Мікроекономіка	6	Іспит
ОК 17	Макроекономіка	5	Іспит
ОК 18	Цифрова економіка	6	Іспит
ОК 19	Економікс	3	Іспит
ОК 20	Соціальний маркетинг	2	Залік
ОК 21	Фахова іноземна мова	18	Залік / іспит
ОК 22	Економічний аналіз	6	Іспит
ОК 23	Маркетинг послуг	3	Залік
ОК 24	Маркетинг-2	6	Іспит, курсова робота
ОК 25	Правове регулювання бізнесу	6	Іспит
ОК 26	Логістика	4	Іспит
ОК 27	Маркетингові дослідження	3	Іспит, курсова робота
ОК 28	Маркетингова товарна політика	6	Іспит
ОК 29	Цифровий маркетинг	6	Іспит
ОК 30	Поведінка споживачів	6	Іспит
ОК 31	Дизайн реклами та виставкова діяльність	3	Залік
ОК 32а	Основи національного спротиву	5	Диф. залік
ОК 32б	Національна безпека та громадянська стійкість		
Практична підготовка			
ОК 33	Практика виробнича	6	Залік
ОК 34	Практика переддипломна	6	Залік
Атестація			

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кіль кіст ь кред итів	Форма підсумкового контролю
ОК 35	Кваліфікаційна бакалаврська робота	6	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
II. Вибіркові компоненти			
Здобувач обирає по три освітні компоненти у 5,6 та 7 семестрах; одну - у 8 семестрі з Базисних вибіркових компонентів, затверджених Вченою радою Університету			
ВК 1	За вибором здобувача	3	Залік
ВК 2	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 3	За вибором здобувача	3	Залік
ВК 4	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 5	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 6	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 7	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 8	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 9	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 10	За вибором здобувача	6	Залік
ВК 11	За вибором здобувача	6	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонентів		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

Освітня програма першого (бакалаврського) рівня вищої освіти реалізується з урахуванням вимог Закону України «Про основи національного спротиву» та інших нормативно-правових актів у сфері підготовки громадян України до національного спротиву.

Відповідно до вимог законодавства України до складу обов'язкових освітніх компонентів освітньої програми включено ОК «Основи національного спротиву» обсягом 5 кредитів ЄКТС, який забезпечує формування компетентностей, необхідних для підготовки громадян України до національного спротиву.

Освітній компонент ОК 32а «Основи національного спротиву» вивчають здобувачі вищої освіти, які навчаються за денною та дуальною формами здобуття освіти, крім осіб, які відповідно до законодавства України звільняються від його вивчення.

Здобувачі вищої освіти, які навчаються за заочною формою здобуття освіти, а також особи, які відповідно до законодавства України звільняються від вивчення освітнього компонента «Основи національного спротиву», опановують ОК 32б «Національна безпека та громадянська стійкість» обсягом 5 кредитів ЄКТС, який забезпечує досягнення результатів навчання, визначених цією освітньою програмою.

2.2. Структура освітньої- професійної програми

Нормативний термін підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг становить 1 рік 4 місяці (очна форма навчання), 3 роки 10 місяців (на денній та заочній формі навчання). Обсяг освітньо-професійної програми «Маркетинг» становить 240 кредитів ЄКТС.

Структура освітньо-професійної освітньої програми	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти	
	Годин/кредитів	%
Обов'язкові компоненти ОПП	4860/162	67,5
Вибіркові компоненти ОПП	1800/60	25,0
Практична підготовка	360/12	5,08
Атестація (підготовка та захист кваліфікаційної бакалаврської роботи)	180/6	2,5
Усього	7200/240	100,0

2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма побудована із врахуванням основних елементів підготовки бакалавра маркетингу, а саме – аналітично-діагностичної, консультативної та управлінської складових. Зазначені елементи присутні, як у циклі загальної, так і циклі професійної підготовки, вибудовані за принципом логічного взаємозв'язку між компонентами.

Аналітично-діагностична підготовка бакалавра маркетингу передбачає послідовне вивчення підходів, методів та умов, що дозволяють дослідити та проаналізувати ступінь впливу факторів середовища на ефективність маркетингової діяльності підприємства, а також визначення чинників, що впливають на побудову довірливих партнерських відносин з контрагентами підприємства. Консультативна підготовка передбачає послідовне вивчення освітніх компонентів, опанування яких дозволить бакалаврам маркетингу здійснювати консультативну взаємодію з керівниками, управлінцями та споживачами з широкого кола питань у сфері маркетингової діяльності, що полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку та використанні науково-технічних та організаційно-економічних рішень з урахуванням предметної області та проблем клієнта. Управлінська складова підготовки фахівця орієнтована на формування у нього системи знань для здійснення цілеспрямованого впливу на об'єкти задля досягнення кінцевої мети - підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти представлена на рис. 1.

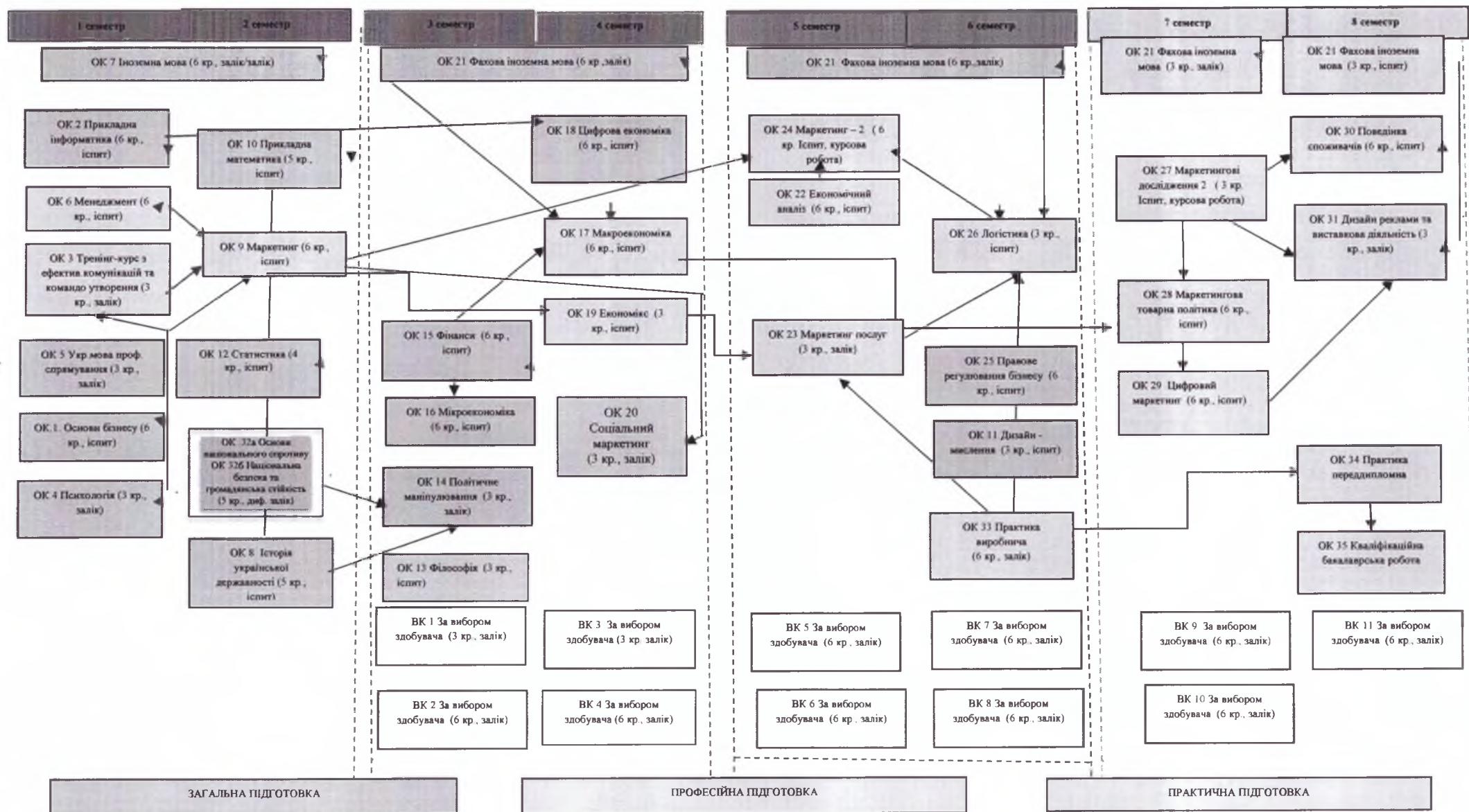


Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти кваліфікації бакалавр маркетингу

Атестація випускників освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи.

Атестація здійснюється Екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Процедура публічного захисту (демонстрації) передбачає оприлюднення результатів дослідження в рамках кваліфікаційної бакалаврської роботи на засіданні Екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти. Обов'язковою є наявність демонстраційного матеріалу із застосуванням мультимедійних засобів та друкованого роздаткового матеріалу.

Кваліфікаційна бакалаврська робота передбачає розв'язання складного завдання у сфері маркетингу, проведення маркетингового дослідження, розробки і обґрунтування заходів покращення маркетингу підприємства.

Кваліфікаційна бакалаврська робота має на меті проведення здобувачем науково-дослідницької роботи, здійснення самостійного пошукового теоретичного і експериментального дослідження, систематизацію, закріплення та розширення засвоєних знань. Робота виконується з використанням емпіричних даних та обов'язково містить результати з елементами наукової або прикладної новизни. В кваліфікаційній бакалаврській роботі обов'язковими завданнями виступають: проведення теоретичного дослідження з предметного поля обраної для дослідження проблеми, дослідження тенденцій розвитку галузевого ринку, дослідження динаміки основних техніко-економічних показників діяльності підприємства, дослідження стану проблеми, що є предметом дослідження, розробка заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності та обґрунтування їх економічної ефективності.

Кваліфікаційна бакалаврська робота має бути перевірена на плагіат.

Деталізація вимог до кваліфікаційної бакалаврської роботи регламентується внутрішніми документами, Методичними вказівками до виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг денної та заочної форм навчання та Вимог з оформлення письмових робіт у Державному університеті економіки і технологій.

Атестація завершується видачею документа державного зразка про присудження освітнього ступеня бакалавр з присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

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

№ КОМПОНЕНТИ	3 К 1	3 К 2	3 К 3	3 К 4	3 К 5	3 К 6	3 К 7	3 К 8	3 К 9	3 К 1 0	3 К 1 1	3 К 1 2	3 К 1 3	3 К 1 4	3 К 1 5	С К 1	С К 2	С К 3	С К 4	С К 5	С К 6	С К 7	С К 8	С К 9	С К 1 0	С К 1 1	С К 1 2	С К 1 3	С К 1 4
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 (ПР) відповідними компонентами
освітньо-професійної програми**

№ компоненти	П Р 1	П Р 2	П Р 3	П Р 4	П Р 5	П Р 6	П Р 7	П Р 8	П Р 9	П Р 10	П Р 11	П Р 12	ПР 13	П Р 14	П Р 15	П Р 16	П Р1 7	П Р 18
OK 1		+	+				+				+	+	+			+		
OK 2		+		+			+									+		
OK 3										+		+		+		+	+	
OK 4					+					+					+			
OK 5	+									+								
OK 6				+					+	+		+						
OK 7										+						+	+	
OK 8																		+
OK 9	+	+	+					+			+	+		+		+		
OK 10		+	+	+	+									+				
OK 11			+	+								+						
OK 12		+	+	+	+									+				
OK 13												+			+			
OK 14															+			
OK 15				+							+	+						
OK 16	+	+	+			+	+	+				+	+	+				
OK 17		+	+	+								+						
OK 18					+		+	+			+					+	+	
OK 19		+		+	+			+		+		+		+		+		
OK 20	+						+					+			+			+
OK 21																	+	
OK 22			+	+														
OK 23	+	+	+	+	+											+		
OK 24				+				+	+	+		+						
OK 25			+												+			+
OK 26	+	+	+	+								+		+		+		
OK 27	+	+	+	+	+			+								+		
OK 28				+		+	+	+	+									
OK 29	+		+	+	+		+	+				+						
OK 30				+					+		+			+				
OK 31	+						+	+		+		+			+	+		
OK 32												+			+			
OK 33	+	+		+			+					+						+
OK 34	+	+	+	+		+	+		+			+					+	

Керівник проєктної групи
(гарант освітньої програми)



Валентина БАРАБАНОВА, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління бізнесом Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій

Члени проєктної групи



Ганна АНДРУЩЕНКО, доктор соціологічних наук, завідувач кафедри управління бізнесом Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій.



Тетяна ПЕТРШИНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління бізнесом Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій.