

"ЗАТВЕРДЖУЮ"  
Перший проректор  
Криворізького національного  
університету

\_\_\_\_\_ Владислав ЧУБАРОВ  
" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2022 р.

# КОНЦЕПЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Криворізького національного університету  
з надання освітньої послуги у сфері вищої освіти з підготовки фахівців  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський рівень)

**Галузь знань:** 07 «Управління та адміністрування»

**Спеціальність:** 075 «Маркетинг»

**Кваліфікація:** бакалавр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні вченої ради  
Криворізького національного університету  
Протокол № 5 від « 28 » листопада 2022 р.

Концепція освітньої діяльності Криворізького національного університету з надання освітньої послуги у сфері вищої освіти з підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Розглянуто та схвалено вченою радою факультету економіки та управління бізнесом

Протокол № 4 від 28 листопада 2022 р.

Голова вченої ради факультету  
економіки та управління бізнесом \_\_\_\_\_ Наталя КУТОВА

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування

Протокол № 5 від 21 листопада 2022 р.

Зав. кафедрою обліку, оподаткування,  
публічного управління та адміністрування \_\_\_\_\_ Вікторія АДАМОВСЬКА

# І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ ЩОДО ПОТРЕБИ У ФАХІВЦЯХ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

Маркетинг уже давно є сучасною філософією бізнесу, яка допомагає не лише тримати компанію на хвилі інновацій, а й мати суттєві конкурентні переваги у боротьбі за споживача. У 2021 р. працювати без маркетолога – вкрай небезпечно для будь-якого бізнесу, адже ця наука є досить специфічною та своїми важелями впливає на ринок, і, водночас, цілком залежить від нього. Маркетолог є центральною фігурою ринкової економіки. Для будь-якої фірми, що зацікавлена у збуті свого товару, будіванні позитивного іміджу компанії та налагодженні сталих партнерських відносин – необхідно мати людину, яка це забезпечить. Навчання на маркетолога наразі конкурує лише зі спеціальностями сфери ІТ. За версією журналу Forbes маркетингові аналітики є другими за популярністю після розробників програмного комп'ютерного забезпечення.

За прогнозами – дана спеціальність ніколи не зійде з таблоїдів вакантних посад. Високий попит гарантований, адже уся система ринкової економіки крутиться навколо осі маркетингу. Так, за даними аналітиків профільного ресурсу пошуку роботи (grc.ua), з 2018 року темп зростання популярності маркетологів значно збільшився. У порівнянні з 2013 р. попит на вітчизняному ринку вакансій зріс на 155% до початку 2019 р. (рис. 1).



**Рис. 1 – Динаміка попиту на маркетологів в Україні, 2013-2019 рр. (джерело: grc.ua)**

У 2021 р. кількість вакансій фахівців з маркетингу, реклами та PR була в числі найбільшої кількості вакансій загалом у бізнесі (поряд із спеціалістами у сферах продажу, ІТ, банківської діяльності, а також у транспортній галузі та логістиці). Причому за 2021 р. маркетинг, PR і реклама показали досить високі показники приросту відкритих вакансій порівняно із 2020 р. – 68% (grc.ua).

У 2021 р. LinkedIn (соціальна мережа, спеціалізована на ділових контактах) опублікував звіт, згідно з яким попит на фахівців у сфері маркетингу зріс на 63%. За 2021 р. у мережі роботодавці розмістили понад 380 тисяч

вакансій маркетологів та інших фахівців у цій ніші. При цьому близько 5 % – це віддалені позиції, а 50 % – компанії, які шукають нових працівників у команду, digital- і медіаагенції.

За даними аналітичного інтернет-ресурсу Фокус стосовно майбутніх трендів ринку праці, то у другій половині 2022 – 2023 рр. очікується суттєвий попит на будівельників, інженерів та інші фахівці з реконструкції будівель, а для IT-фахівців та інтернет-маркетологів – ситуація не погіршиться.

Аналіз бази відкритих вакансій ([grc.ua](http://grc.ua)) за 2022 р. дозволяє констатувати, що спеціалісти сфери маркетинг, реклама, PR входять до п'ятірки найбільш затребуваних, а якщо точніше, вони замикають топ-5. На такі вакансії припадає 5% всіх актуальних пропозицій на сайті [grc.ua](http://grc.ua) у 2022 р. При цьому, 70% відкритих вакансій стосуються м. Київ, на другій позиції знаходиться Дніпропетровська область (7%), на третій – Львівська область – 6%.

Маркетинг посів лідируючу позицію серед числа професій, які відносяться до креативної індустрії. Так, за даними [grc.ua](http://grc.ua) і LinkedIn, найбільш затребуваними професіями у сфері маркетингу в 2021 р. були: SMM-менеджери та таргетологи, PPC-фахівці, SEO-оптимізатори, акаунт-менеджери, копірайтери, контент-менеджери, email-маркетологи, бренд-менеджери, PR-фахівці, ком'юніті-менеджери.

На сьогодні аналітики ринку праці констатують потребу у вузьких спеціалістах. Якщо раніше, до 2019 р., в основному були потрібні маркетологи та рекламисти-універсали з досвідом роботи у рекламних агентствах, то тепер вектор змінився. Це пов'язано з тим, що кількість каналів взаємодії зі споживачем збільшується, як і число компаній, в тому числі у складних нішах, які переходять з офлайну в онлайн. Тому один фахівець-універсал уже не може виконувати ту кількість завдань, яка необхідна для просування брендів. За останні кілька років на ринку з'явилася велика кількість успішних цифрових стартапів, маркетплейсів та агрегаторів. У цих нішах конкуренція дуже висока, і виграє той, хто вкладає бюджет у маркетинг. Тому попит на маркетологів і вузьких фахівців у цій сфері також зростає.

Спеціалісти по найму персоналу зазначають, що зростання популярності фахівців у сфері маркетингу буде підвищуватися з кожним роком. Однак спрогнозувати, які саме спеціальності будуть у пріоритеті, досить складно.

У цілому, **можливості працевлаштування** випускників спеціальності 075 Маркетинг наступні: фахівці з маркетингу призначені для роботи на підприємствах усіх форм власності, різного профілю та рівня, в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу, постачання; виробництва, планово-економічного розвитку, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, збуту, міжнародних зв'язків, контролю якості та в інших підрозділах.

Згідно Класифікатору професій ДК 003:2010, професійні назви роботи 2419.2: Економіст із збуту; Інженер з організації керування виробництвом; Консультант з ефективності підприємництва; Консультант з маркетингу; Консультант з раціоналізації виробництва; Рекламист; Фахівець з методів

розширення ринку збуту (маркетолог); Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.

#### **Попит у здобувачів вищої освіти**

Протягом 2021-2022 рр. спеціальність 075 Маркетинг входила до **топ-10** найбільш популярних спеціальностей в Україні (за даними МОН). Так, у 2021р. спеціальність посідала **10 місце** в рейтингу із кількістю **36 146** поданих заяв. У 2022 р. спеціальність піднялася на **9 місце**; кількість поданих заяв на усі рівні навчання склала **19 779** (зменшення порівняно із 2021 р. обумовлене загальним зменшенням поданих заяв).

На спеціальність 075 Маркетинг на базі повної загальної середньої освіти у 2022 р. було подано **18 166** заяв, з яких **11 980** на бюджетні місця. Зараховано на бюджет **508** осіб. Середній конкурсний бал абітурієнтів, які вступали за широким конкурсом у 2022 р. був 192,205 (мінімальний – 185,750). Найбільша кількість заяв була з м. Київ та Львівської області, третє місце посіла Дніпропетровська область – 1 500 заяв (табл. 1).

**Таблиця 1 – Заяви вступників, допущені до конкурсу, за регіонами України по спеціальності (075) Маркетинг**

| Регіон                          | Усього заяв  | Заяв на бюджет |
|---------------------------------|--------------|----------------|
| КИЇВ                            | 8 038        | 4 636          |
| Вінницька область               | 665          | 324            |
| Волинська область               | 396          | 322            |
| <b>Дніпропетровська область</b> | <b>1 500</b> | <b>1 006</b>   |
| Житомирська область             | 262          | 202            |
| Закарпатська область            | 220          | 125            |
| Запорізька область              | 327          | 235            |
| Івано-Франківська область       | 428          | 287            |
| Київська область                | 29           | 22             |
| Кіровоградська область          | 84           | 72             |
| Львівська область               | 2 749        | 1 569          |
| Одеська область                 | 797          | 558            |
| Полтавська область              | 476          | 288            |
| Рівненська область              | 347          | 263            |
| Сумська область                 | 273          | 209            |
| Тернопільська область           | 402          | 314            |
| Харківська область              | 834          | 651            |
| Хмельницька область             | 191          | 127            |
| Черкаська область               | 266          | 196            |
| Чернівецька область             | 378          | 267            |
| Чернігівська область            | 118          | 103            |

**Аналіз конкурентного середовища надання освітніх послуг за спеціальністю 075 Маркетинг**

Відповідно до даних ЄДЕБО станом на 11.09.2021 р. освітні послуги з підготовки здобувачів вищої освіти початкового (короткого циклу), першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг надавав **171** суб'єкт освітньої діяльності.

Аналіз акредитаційних справ за 2020-2021 н.р. зі спеціальності 075 Маркетинг, що представлені на сайті Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (<https://public.naqa.gov.ua>), дозволяє висновувати про домінування освітньої програми «Маркетинг» у закладах вищої освіти України на різних рівнях вищої освіти. Водночас, аналіз спектру акредитованих програм, уможливорює висновок, що низка закладів вищої освіти провадить освітню діяльність з підготовки майбутніх маркетологів за освітніми програмами:

- «Маркетинговий менеджмент»,
- «Промисловий маркетинг»,
- «Бізнес-адміністрування і консультування»,
- «Маркетинг товарів та послуг і рекламний бізнес».

Проаналізовано 30 ОП Маркетинг ЗВО України у частині їх особливостей (табл. 2).

**Таблиця 2 – Порівняння особливостей (унікальності) ОП «Маркетинг» різних ЗВО України**

| №                               | ЗВО                                                       | Особливість ОП, її унікальність                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                               | 2                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>ДНІПРОПЕТРОВСЬКА ОБЛАСТЬ</b> |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1                               | Національний ТУ «Дніпровська політехніка»                 | ОП спрямована на підвищення рівня знань та навичок з цифрового маркетингу з урахуванням високотехнологічної спрямованості та соціальної, екологічної відповідальності бізнесу. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до бізнес-середовища.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2                               | Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара | Унікальність ОП обумовлена специфікою Дніпровського регіону, який характеризується потужним промисловим потенціалом і високим рівнем розвитку важкої індустрії. У регіоні діють близько 500 промислових підприємств майже всіх основних видів економічної діяльності. На підприємствах регіону підвищується технологічний рівень виробництва, впровадження сучасних енергоефективних технологій і обладнання, заходів щодо збільшення обсягів виробництва та розширення асортименту інтелектуалоемних товарів. Для забезпечення стійкого попиту, роботодавці потребують освічених фахівців з маркетингу. Поєднання підходів наукової школи маркетингу факультету економіки і традиційних задач маркетингу надають їй унікальності. |

| 1                    | 2                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3                    | ДВНЗ "Придніпровська державна академія будівництва та архітектури"                        | У результаті навчання за даною ОП студенти отримають універсальні компетентності в області маркетингу та спеціальні, зокрема у сфері будівництва, що обумовлено специфікою Академії. Специфіка ОП пов'язана з особливими підходами в сфері будівництва щодо: формування системи цінності продукту, ціноутворення, маркетингових комунікацій, товарної політики, системи управління ризиками, особливостей операційного циклу підприємства (виробництво + реалізація) тощо.                                                                                                                                                                                          |
| 4                    | Дніпровський державний аграрно-економічний університет                                    | Викладаються такі дисципліни: Маркетинг, Маркетинг в кооперативах, Маркетинг органічної продукції, Логістика, Технології дизайну, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові комунікації, Стратегічний маркетинг, Товарна інноваційна політика, Стандартизація і сертифікація продукції та послуг, Рекламний менеджмент, Поведінка споживача, Маркетинг відносин, Стратегічний аналіз, Статистика, Інтерактивний маркетинг та ін.                                                                                                                                                                                                                                     |
| 5                    | Нікопольський економічний університет                                                     | Програмою передбачається комплексна підготовка фахівців у галузі 07 «Управління і адміністрування» та забезпечення здобувачів вищої освіти базовими знаннями з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 6                    | Університет митної справи та фінансів                                                     | Унікальність ОП визначається: спрямованістю ЗВО (УМСФ – єдиний в Україні ЗВО, що готує фахівців для Державної митної служби України) та потребою митного і навколомитного середовища у високоосвічених фахівцях, які розуміють сучасні тенденції розвитку маркетингу, здатних успішно застосовувати набуті компетентності у митній діяльності; специфікою Дніпровського регіону, який характеризується потужним виробничим потенціалом, розвинутою сферою торгівлі та потребою підприємств у фахівцях, які професійно зможуть реалізувати набуті компетентності у сфері маркетингу, що сприятиме зміцненню позицій регіону і забезпечить отримання підвищених благ. |
| 7                    | Університет ім.А.Нобеля                                                                   | ОП має міжнародний акредитаційний сертифікат. У рамках ОП впроваджена концепція бізнес-орієнтованої освіти, спрямованої на інтеграцію освітнього процесу та бізнесу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>М. КРИВИЙ РІГ</b> |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 8                    | Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського | Особливості ОП забезпечуються: <ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадженням білінгвальних освітніх компонент;</li> <li>- залученням до освітнього процесу провідних фахівців з маркетингу, професіоналів-практиків, стейхолдерів;</li> <li>- впровадженням індивідуального наставництва (менторства);</li> <li>- використанням в навчальному процесі Інтернет – лекторію для змішаної форми навчання;</li> <li>- поглибленим вивченням іноземної мови;</li> <li>- орієнтацією програми на підготовку фахівців, здатних до системного та креативного мислення.</li> </ul>                                                                                  |

| 1                           | 2                                                                                          | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9                           | Державний університет економіки і технологій                                               | Дисципліни, що вивчаються:<br>ОК: Маркетинг; Маркетингові дослідження; Цифровий маркетинг;<br>ВК: Маркетинг туризму, Іміджологія і брендинг, Поведінка споживачів, Міжнародна статистика та аналітика: тренінг-курс, Європейська інтеграція, Грантрайтинг, Логістика, Маркетингове ціноутворення; Маркетингові комунікації, Стратегічні комунікації та PR, Соціальний маркетинг, Startup проекту, Міжкультурна комунікація, Дизайн реклами і виставкова діяльність, Маркетинг промислових підприємств, Ризикологія, Управління продажами, Економічне обґрунтування управлінських рішень, Маркетинговий аудит, Інтелектуальна власність.                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>ІНШІ РЕГІОНИ УКРАЇНИ</b> |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 10                          | Національний університет "Києво-Могилянська академія"                                      | Особливості та відмінності програми: - Вивчення спеціальних дисциплін, з фокусом на маркетингову аналітику, креативність, інноваційність та цифрові технології; - Поєднання традиційних та інноваційних форм навчання через інтерактивні компоненти програми та використання засобів дистанційного навчання; - Запровадження системи ефективної мотивації творчої співпраці здобувачів, викладачів і партнерів; - Залучення до практичної діяльності за майбутнім фахом під час навчання у НаУКМА; - Застосування сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем і програмних продуктів; - Запровадження програм академічної мобільності, - Сприяння розвитку професійної кар'єри; - Формування індивідуальної освітньої траєкторії; - Залучення представників бізнесу до навчального процесу.                                                    |
| 11                          | Київський національний університет імені Тараса Шевченка                                   | Унікальність ОП «Маркетинг» полягає у тому, що: - на відміну від більшості ЗВО, які мають подібні ОП, вона орієнтована на підготовку професіоналів не з окремих функцій, а фахівців з прийняття управлінських рішень щодо ринково-продуктової стратегії, тобто керівників сучасного бізнесу на різних ланках управління; - враховуючи те, що національні економічні системи і ринки є міжнародними, у підготовці фахівців з маркетингу переважає міжнародний аспект і робиться наголос на управління бізнесом у міжнародному середовищі; - підготовка магістрів за даною ОП орієнтована на стратегічні цілі й завдання бізнесу (стратегічне управління, стратегічний аналіз національних і міжнародних ринків, стратегічне планування і маркетингове консультування); - викладачами використовуються авторські методики, сучасні освітні інтерактивні технології. |
| 12                          | Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. Петра Василенка | Унікальністю ОП є вивчення «Аграрного маркетингу», який викликає непересічний інтерес та зацікавленість у роботодавців з агробізнесу. «Маркетинг в галузях» надає компетентності у сфері туризму (зеленого, сільського). ОП передбачає проходження виробничих практик на базі агропідприємств.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| 1  | 2                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13 | Київський політехнічний інститут І ім.Ігоря Сікорського                   | Унікальність ОП «Промисловий маркетинг» полягає у тому, що вона: 1. орієнтована на підготовку фахівців, які володіють знаннями з управління маркетинговою діяльністю підприємств, що працюють на промисловому ринку; 2. побудована на унікальних теоретико-методичних та науково-практичних розробках колективу кафедри, який протягом 28 років займається саме проблемами промислового маркетингу, досвіді співпраці з підприємствами та науковими установами, у т.ч. НАН України, пов'язаними з виробничою та науково-технічною діяльністю; співпраці з технічними інститутами, факультетами університету, його інноваційними підрозділами; 3. проваджується кафедрою промислового маркетингу була першою в Україні та донедавна єдиною кафедрою маркетингу, яка спеціалізується саме на промисловому маркетингу; 4. має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються по конкретним підприємством; 5. використовує унікальні власні наукові розробки, авторські методики викладачів, сучасні освітні технології. |
| 14 | Державний університет телекомунікацій                                     | Принциповою відзнакою ОП є підвищення конкурентоспроможності випускників на ринку праці шляхом впровадження інноваційного змісту навчання на основі потужної матеріально-технічної бази: збільшення практичної складової навчання, підвищення рівня знань іноземної мови, залучення до проведення практичних занять фахівців-практиків з маркетингу, навчання у реальному середовищі майбутньої професійної діяльності шляхом організації проведення практик на фірмах-партнерів, з можливістю подальшого працевлаштування студентів. Крім цього ОП має елементи міждисциплінарного характеру, що дозволяє здобути компетенцій, спрямовані на уміння працювати в команді і з командою, відкрити та вести власний бізнес, застосовувати можливості сучасних телекомунікаційних та інформаційних технологій, що дозволить майбутньому фахівцю йти у ногу з життям та відповідати сучасним запитам розвитку суспільства.                                                                                                                            |
| 15 | ПрАТ "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління" (м. Київ) | Особливістю програми є те, що програма передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері господарської та маркетингової діяльності сучасних підприємств та в організацій, також дана ОП є багатопрофільною та передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування», що дозволить сформувати високваліфікованого фахівця, готового до викликів сучасних економічних умов, такого, що володіє компетентностями в суміжних сферах господарської діяльності, відповідно здатен приймати ефективні та виважені рішення.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 16 | Національний авіаційний університет (м. Київ)                             | Особливістю ОП «Маркетинг» є зосередженість освітніх зусиль на формуванні у здобувачів загальних та фахових компетентностей до здійснення професійної аналітики ринкових процесів, практичних навиків швидкої адаптації до мінливих умов бізнес-середовища. Унікальність ОП «Маркетинг» полягає в охопленні широкого спектру загальнонаукових та спеціальних підходів до оволодіння здобувачами необхідних теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення задач з ефективного управління маркетингом підприємств різних галузей економіки, з спрямуванням                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| 1  | 2                                                                     | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                       | особливої уваги до суб'єктів авіаційного сектору. ОП ґрунтується на інноваційних досягненнях сучасної економічної науки, аналітики промислових та споживчих ринків, з урахуванням особливостей авіаційного сектору, спрямовує здобувачів на актуальні спеціалізації, у рамках яких уможливлюються подальші перспективи у професійній та науковій кар'єрі в сфері маркетингу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 17 | Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків) | Особливість (унікальність) ОП полягає у її спрямованості на розв'язання специфічних задач, які визначаються суттєвими відмінностями застосування та реалізації маркетингових теорій, концепцій, методів і інструментів на підприємствах залізничного транспорту поряд з можливістю розв'язання задач загального характеру у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємства в цілому.                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 18 | Національний аерокосмічний університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»   | Унікальність ОП «Маркетинг» зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасного інструментарію маркетингових досліджень, на основі оволодіння цифровими маркетинговими технологіями бізнес-середовища та використання маркетингу в управлінні підприємствами, зокрема з орієнтацією на специфіку підприємств авіаційної галузі та Стратегію формування ІТ-кластера у Харківській обл.                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 19 | Запорізький національний університет                                  | Унікальність програми полягає у студентоорієнтованості і урахуванні компонентів, що формують у студентів знання, навички та спеціальні компетентності, які сьогодні є цікавими для здобувачів і надзвичайно затребувані роботодавцями: ОП передбачає вивчення інтернет-маркетингу, SMM-просування, SEO, налаштування таргетованої реклами, побудову воронки продажів, створення чат-ботів, лабораторні роботи, що надають можливість оперувати сучасними програмами і додатками для формування маркетингових заходів, цифровізація бізнесу, створення електронного тіла бізнесу, контент-менеджмент тощо.                                                                    |
| 20 | Луцький національний технічний університет                            | Особливістю ОП є те, що закладені в освітню програму освітні компоненти, методи навчання та форми оцінювання забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, збалансованих у відповідності з сучасним рівнем та подальшими прогнозами розвитку національних і міжнародних ринків, інформаційно-комунікаційних технологій у підприємницькій практиці, запитів ринку праці, освітніх запитів здобувачів вищої освіти. В процесі навчання здобувачі вищої освіти мають можливість проходити короткострокові академічні стажування за кордоном.                                                                                                                   |
| 21 | Полтавська державна аграрна академія                                  | Особливість ОП полягає у глибокій проф. та практ. реалізації набутих компетентностей у сфері маркетингу, у поглибленому вивч. стратегічного маркетингу, логістичного менеджменту, інтернет-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу з можл. подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наук. роботи. Урахування пріоритетів сталого розвитку Полт. регіону - участь у реалізації однієї з стратегічних цілей розвитку м. Полтава «Стратегічна ціль С.2. Маркетинг і брендинг бізнес-можливостей та ресурсів міста». Підвищення соц. свідомості містян і відповідальності за майбутнє міста, наявність потужного наук. потенціалу, МТБ робить вказану ОП унікальною. |

| 1  | 2                                                       | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 22 | Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького | Унікальність ОП полягає в комбінуванні як регіональних особливостей ринку праці Черкаської області, так і зовнішньоекономічних прикладних аспектів маркетингової діяльності. Тобто фахівець маркетингу підготовлений в ЧНУ ім. Б. Хмельницького, водночас, матиме теоретико-практичну підготовку для роботи в агросекторі, хімічній промисловості, сфері послуг, що є флагманами економічної діяльності Черкаської області та, водночас, матиме прикладні навички щодо організації маркетингових заходів на міжнародному рівні. Важливим аспектом підготовки унікального конкурентоспроможного сучасного фахівця маркетингу також є максимальна залученість здобувачів вищої освіти до актуальних маркетингових досліджень завдяки співпраці з ГО «Українська асоціація маркетингу». Особливістю ОП «Маркетинг» виступає залучення до освітнього процесу висококваліфікованих науково-педагогічних працівників, серед яких є і науковці, і практики, системна робота здобувачів вищої освіти над дисциплінарною проблематикою, широкий спектр вибіркових компонентів, як загального, так і професійного циклів |
| 23 | Вінницький національний технічний університет           | Особливості ОП 1. Фокусування на маркетинговому супроводі підприємств регіону з особливою увагою до ІТ-компаній, які представляють галузь з найбільшими темпами розвитку. Зауважимо, що в університеті здійснюється підготовка за усіма спеціальностями галузі «Інформаційні технології», що дозволяє набувати навичок взаємодії та комунікації з айтишниками під час виконання спільних проєктів як навчального, так і стартапного спрямування. 2. Формування готовності випускників до фахової діяльності в умовах цифрової трансформації економічних та соціальних відносин, включаючи самоосвіту та саморозвиток. 3. Акцентування на практичних завданнях за рахунок введення у навчальний план 6-ти курсових робіт, кожна із яких полягає у самостійному розв'язанні конкретного фахового завдання.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 24 | Хмельницький національний університет                   | Унікальність освітньої програми полягає у практичному спрямуванні та компетентнісному підході, що досягається шляхом побудови освітнього процесу з використанням наскрізних ситуацій професійної діяльності на навчальній платформі ХКТЕІ – віртуальному підприємстві ПАТ «Шанс». Особливість ОПП Маркетинг полягає у підготовці маркетологів для підприємств сфери торгівлі, туристичної індустрії та ін. ОПП Маркетинг передбачає інтерактивні практичні заняття, майстер-класи із залученням фахівців-практиків, дозволяє здобувачам вищої освіти поєднувати навчання та особистісний розвиток; участь у практичних фахових стажуваннях, науково-практичних форумах неформальної освіти, зокрема «Школа бізнесу Епіцентр К» (2019 р.), на заняттях з англійської мови «Business English language» на безоплатній основі; он-лайн проєкт ТОВ «Епіцентр К» «Освітній марафон 2021».                                                                                                                                                                                                                           |
| 25 | Одеська національна академія харчових технологій        | Унікальність програми полягає у дослідженні особливостей та управління маркетинговою діяльністю підприємств у сферах харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг. Зміст підготовки фахівців базується на практичному досвіді провідних підприємств півдня України.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| 1  | 2                                                                                                                        | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 26 | Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя                                                      | ОП спрямована на оволодіння загальнонаук. та спец. методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпеч. ефективного управління маркетинговою системою та виконання завдань маркетингового спрямування, а також: можливість навч. за програмами подвійних дипломів у ЗВО-партнерах за кордоном; отримання знань від викладачів, які пройшли стажування за кордоном; отримання фахових консульт. від представників органів місц. самоврядування, роботодавців, бізнесу; здійснення науково-дослідної діяльності через участь у студент. наук. форумах, конференціях, наук. гуртках; участь у міжнар. освітніх проектах; отримання проф. знань англ. мовою під час вивч. компонент ОП; вивчення іноз. мов на базі Центру іноз. мов ТНТУ.              |
| 27 | Львівський національний університет імені Івана Франка                                                                   | Унікальність програми полягає у тому, що вона пропонує інтегрований комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання, наголошує на соціально-етичній складовій маркетингу, здобутках сучасних концепцій маркетингу та можливостях їхнього використання. Увага акцентується на здатності здійснювати організаційно-економічну, управлінську та дослідницьку діяльність на підприємствах, у торговельних організаціях, службах постачання і збуту, консалтингових та рекламних фірмах. Присутність в програмі навчальних дисциплін універсального характеру сприяє формуванню навичок до використання інноваційного, міждисциплінарного та інтерактивного підходів та досягненню, в результаті, корисного синергетичного ефекту. |
| 28 | Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ)" | Особливість програми ОП «Маркетинг» полягає у синергії фахової підготовки, формування практичних навичок та здатності випускника до швидкої адаптації в умовах турбулентного середовища для розв'язання завдань маркетингу різних видів економічної діяльності. Особливість освітньої програми забезпечується переліком навчальних компонент, вивчення яких забезпечується досягнення цілей навчання, формування відповідних компетентностей та програмних результатів, а також викладання окремих компонент англійською мовою, зокрема ОК 51 Реклама і стимулювання збуту та ОК 52 Теорія та практика переговорного процесу                                                                                                                                               |
| 29 | Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського                                                     | Ціллю ОПП «Маркетинг» є підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють сучасним мисленням та відповідними компетентностями в галузі управління та адміністрування, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності задля реалізації інноваційного розвитку України, забезпечення потреб суспільства, регіонального та національного ринків праці в умовах інтернаціоналізації. Унікальність ОП полягає у підготовці маркетологів, які володіють актуальними основними та спеціальними знаннями і практичними навичками з маркетингу для забезпечення потреб підприємництва регіону та сучасного ринку праці.                                                                                                                         |

| 1  | 2                                                                              | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 30 | Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького | Особливість ОП: формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей маркетолога через унікальний набір освітніх компонентів, дієві форми та сучасні методи навчання в умовах практикоорієнтованого навчального середовища, розвинутої наукової складової освітнього процесу, створених в університеті. Аналіз регіонального ринку праці, дослідження конкурентних пропозицій на ринку освітніх послуг регіону, систематична взаємодія зі стейкхолдерами дали можливість сформулювати особливе цільове спрямування освітньої програми на задоволення потреб у маркетологах підприємств широкого галузевого спрямування малого та середнього рівня та для здійснення підприємницької діяльності у організаційно-правовій формі фізичної особи підприємця, основним видом діяльності якого є рекламний бізнес та надання послуг з маркетингу. |

Отже, проведений аналіз особливостей ОП Маркетинг показав, що їх унікальність, переважно, обумовлюється специфікою регіону та спрямованістю закладу вищої освіти (авіаційний, аграрний, будівельний, транспортний, харчових технологій тощо). Водночас існують ОП, особливістю яких названо підготовку маркетологів широкого профілю.

На основі аналізу відмінностей та подібностей розглянутих матеріалів було скориговано цілі й програмні результати ОПП, які збережуть і розвинуть її національну самобутність, галузеву направленість, дадуть можливість здобувачам у майбутньому бути конкурентоспроможними на регіональному ринку праці.

### **Суспільна і регіональна потреба**

На сьогодні, для регіону та України загалом характерні дві тенденції, які доцільно урахувати при підготовці фахівців із маркетингу.

Перша тенденція – це децентралізація. В Україні у зв'язку з децентралізацією зростає роль територіального управління та територіального маркетингу. Території стають товаром і тому слід підвищувати їх конкурентоспроможність та привабливість, розвивати, просувати, залучати інвестиції для сталого розвитку та забезпечення потреб жителів. Відомо, що ситуація з розвитком територій в державі, особливо, в сільській місцевості є критичною.

Проблеми територіального маркетингу надзвичайно актуальні в Україні, адже вони стосуються таких важливих напрямків, як державне та місцеве управління, інвестиційна привабливість, євроінтеграція, конкурентоздатність та стратегічний розвиток регіонів. Стратегічним елементом конкурентоспроможності територій є ефективний бренд території і позитивний імідж. Стратегічно важливою для України є реалізація регіональної політики, яка спрямована на усунення диспропорцій між регіонами та забезпечує їх комплексний розвиток. Варто зазначити, що в нашій країні вже діють проекти, що безпосередньо чи опосередковано пов'язані з маркетингом регіонів і

держави (наприклад, «Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки»). В Україні напрацьована відповідна наукова і законодавча база для розвитку територіального маркетингу.

У зв'язку із вищевказаним, актуальною видається підготовка фахівців, обізнаних у територіальному маркетингу для органів місцевого самоврядування, міських, районних та обласних державних адміністрацій, для роботи в громадських організаціях, муніципальних установах, галузях міського господарства. Так, Управління маркетингу міста і туризму утворено при Херсонській міській раді; відділ маркетингу – у Сумській міській раді; відділ з питань реклами – у виконкомі Криворізької міської ради.

У м. Кривий Ріг розроблена та впроваджується «Маркетингова стратегія міста». Маркетингова стратегія передбачає активне впровадження брендінгу для ідентифікації міста в глобальній мережі міст та просування його на ринку, що сприятиме досягненню стратегічного бачення розвитку міста як найчистішого металургійного центру світу. Місто Кривий Ріг є знаним у світі як потужний металургійний центр з глибокими традиціями та значними можливостями.

Вищевказане підтверджує необхідність та важливість підготовки фахівців із територіального маркетингу, які будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості міста Кривого Рогу, а також розвитку регіональних і міжнародних зв'язків, будуть мати відповідні компетенції упроваджувати цілеспрямовану політику у визначених напрямках, використовуючи весь спектр можливостей міста як інвестиційно-привабливої території. Для цього потрібно ураховувати промислову специфіку міста. Тому важливим є поєднання компетенцій територіального маркетингу із промисловим маркетингом.

Друга тенденція – це зміни ринкової ситуації через військові дії та цифрову трансформацію ринкового середовища. Сучасна маркетингова служба на підприємстві, перш за все, повинна забезпечити гнучке пристосування підприємства до мінливої ринкової ситуації і вимог споживачів на ринку з урахуванням дііджиталізації бізнес-процесів.

Промисловість є основою економічного потенціалу як регіону, так і країни, тому від рівня ефективності функціонування промислового комплексу залежить загальний стан їх соціально-економічного розвитку. Промисловий потенціал Дніпропетровської області налічує десятки тисяч промислових підприємств, на яких працює понад 20% всього зайнятого населення. Джерелом створення більше як третини загального ВВП також є промислове виробництво.

SWOT-аналіз Дніпропетровської області, проведений на засіданні робочої групи методом мозкового штурму, з використанням статистичних матеріалів дослідження соціально-економічного стану області та результатів експертного опитування населення регіону, викладено у Стратегії регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року. Відповідно до нього сильною стороною області названо промисловий потенціал (табл. 3).

**Таблиця 3 – Промисловий потенціал Дніпропетровської області як її сильна сторона**

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.</b> | <b>Промисловий потенціал</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1.1.      | Унікальні корисні копалини: значні запаси залізної і марганцевої руд, кам'яного та бурого вугілля, є нафта, природний газ, рідкісні та кольорові метали (обліковується 249 родовищ і 79 об'єктів обліку). На їх основі в області є потужний гірничодобувний комплекс: Криворізький басейн – залізні руди; Павлоградський, Петропавлівський райони – кам'яне вугілля, м. Марганець – одне з найбільших у світі родовищ марганцевих руд |
| 1.2.      | Металургійна промисловість: найбільша в Європі домна на комбінаті „Арселор Міттал”, металургійні комбінати у місті Дніпрі, містах Кам'янському, Марганці, Нікополі, Новомосковську                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.3.      | Хімічна промисловість: ПАТ „Азот”, Павлоградський ПХЗ та інші                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 1.4.      | Машинобудівна галузь: підприємства у Дніпрі, Павлограді, Кривому Розі (ДП ВО „Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова”, ПАТ „Дніпропетровський завод прокатних валків”, ПАТ „Дніпропетровський агрегатний завод”, ПАТ „Дніпропетровський стрілочний завод”, ПАТ „Дніпроважмаш”, ДП „НВК „Електровозобудування”, ПАТ „Дніпровагонмаш” та інші)                                                                                |
| 1.5.      | Дніпропетровська область займає 2-е місце за інвестиційною привабливістю серед регіонів України                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

Джерело: Стратегія регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року

Сучасний Кривий Ріг – це велике індустріальне місто, центр Криворізького залізрудного басейну – найважливішої сировинної бази металургії України. Економічний потенціал міста представляють близько 6 тисяч підприємств. Промисловість міста налічує 87 великих підприємств різних галузей: чорної металургії, машинобудівної, будматеріалів, хімічної, поліграфічної, деревообробної, легкої, харчової тощо.

Значення маркетингової діяльності для будь-якого підприємства, що діє в умовах військової агресії, важко переоцінити, оскільки від вирішення життєво-важливої проблеми – забезпечення розробки і реалізації ефективної маркетингової політики – залежить попит на продукцію підприємства та її збут. Оскільки на сьогодні найскладнішою проблемою для підприємств промисловості є продаж продукції, маркетинг являє собою одну з найважливіших умов забезпечення успіху бізнесу. На сьогодні характерною є переорієнтація з традиційної схеми «виробництво – реалізація – споживання», де провідним ланцюжком було виробництво та його можливості, на схему оцінки вимог і розмірів потреб споживачів, створення і виготовлення продукції, відповідної цим потребам і обсягам споживання. Підприємства намагаються знайти нові потенційні ринки, нову продукцію для існуючих споживачів, нових споживачів для реалізації наявної продукції і вивчати діяльність потенційних конкурентів. Так, виконавчі директори з маркетингу гірничодобувних підприємств зазначають, що до війни були запроваджені технології, націлені на середньострокову та дострокову перспективу для освоєння нових ринків збуту,

але основне питання на сьогодні – як їх продукцію можна доставити існуючим клієнтам? Відповідь на аналогічні питання інших промислових підприємств мають надати фахівці, глибоко обізнані із промисловим маркетингом.

Найбільша частка промислової продукції Дніпропетровської області реалізована підприємствами гірничо-металургійного комплексу (майже 65%) <https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/dnipropetrovshina/pasport-oblasti>, <https://oblrada.dp.gov.ua/region-programmes/>, [https://kr.gov.ua/ua/st/pg/100415583959267\\_s/](https://kr.gov.ua/ua/st/pg/100415583959267_s/)).

З цим пов'язана і супутня соціально-економічна інфраструктура. Тому галузевий і регіональний контекст є визначальним факторами розроблення ОПП «Маркетинг».

## **II. ПРОЄКТУВАННЯ ТА ЦІЛІ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

Місією Криворізького національного університету є підготовка конкурентоздатних фахівців із високим рівнем професійної компетентності, інтелектуальної активності, соціальної відповідальності на основі раціонального та ефективного використання науково-педагогічного й наукового потенціалу; розвиток і модернізація навчально-матеріальної та науково-дослідної бази; поступове впровадження європейських і світових стандартів якості освіти; надання високоякісних освітніх послуг і реалізація інноваційних наукових досліджень відповідно до потреб економіки та вимог зацікавлених сторін; поширення наукових знань, культурно-просвітницької діяльності; збереження та примноження кращих традицій університетської освіти. Університет реалізує свою місію шляхом утвердження КНУ як провідного регіонального суспільного науково-освітнього центру з розвиненими рівнями інтелектуального потенціалу, конкурентоспроможності, сучасної інфраструктури та системи управління (<http://www.knu.edu.ua/storage/files/2/3/63.pdf>).

Пропонується до відкриття ОП Маркетинг, метою якої буде орієнтація на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних і здатних до роботи як на підприємствах, так і в органах державної влади та місцевого самоуправління, спроможних вирішувати складні задачі повоєнного розвитку промисловості та відновлення соціально-економічного розвитку територій з урахуванням сучасного рівня діджиталізації усіх сфер життя.

Цілі ОПП «Маркетинг» відповідають суспільній місії закладу та економічній доцільності підготовки майбутніх кадрів для економіки країни і промислового регіону Кривбасу.

**Унікальність ОП Маркетинг у Криворізькому національному університеті** полягатиме в тому, що вона пропонуватиме бінарний підхід до підготовки фахівців, який ґрунтуватиметься на поєднанні територіального та промислового маркетингу, у наслідок чого досягатиметься позитивний синергетичний ефект сукупності компетентностей, необхідних для повоєнної розбудови промисловості країни та соціально-економічного розвитку її територій в умовах цифрової трансформації ринкового середовища.

Таким чином, регіональний контекст було враховано при розробці ОПП. Унікальність програми та її цілей обумовлено:

**1) Стратегічним планом розвитку м. Кривий Ріг на період до 2025 року**, в якому викладене бачення Кривого Рогу як міста диверсифікованої конкурентоспроможної економіки та сучасних технологій ([https://drive.google.com/file/d/1pGKdFgnE4rGfZIH9KE2\\_Z4AiuLyAjtYj/view](https://drive.google.com/file/d/1pGKdFgnE4rGfZIH9KE2_Z4AiuLyAjtYj/view), с.48); відповідно до стратегічних цілей:

**В.3 Розвинене підприємництво.** Результатом виконання низки проектів у досягненні цієї цілі мають стати: системне навчання та інформаційна підтримка місцевих суб'єктів господарювання; системна маркетингова підтримка виробників, створення нових бізнес-центрів тощо.

**В.3.1. Система маркетингової підтримки суб'єктів господарювання.** Дослідження попиту споживачів щодо товарів та послуг міських підприємців та оприлюднення результатів, що сприятиме імпортозаміщенню. Проведення

дослідження «маркетингових дір» та створення відповідної карти. Популяризація місцевих виробників продуктів харчування та реалізація товарів через проект «Марка якості Криворіжжя». Створення сприятливих умов для реалізації сільськогосподарської продукції, забезпечення фермерів пріоритетними місцями на ринках міста. Організація проведення конкурсу-рейтингу серед суб'єктів господарювання з відзначенням переможців.

**В.3.5 Розвиток трудових ресурсів, створення системи забезпечення підприємств міста кваліфікованими кадрами.** Створення системи співпраці між вищими навчальними закладами та суб'єктами господарювання щодо забезпечення спрямування освіти на потреби ринку праці; програм підготовки фахівців за спеціальностями, що будуть затребувані на регіональному ринку праці відповідно до прогнозованих структурних змін у економіці міста та результатів кластерного аналізу тощо.

**В.4.2. Маркетинг території та цільовий пошук інвесторів.** Формування стратегічних пріоритетів інвестиційної діяльності. Спрямування зусиль на реалізацію завдань, що сприяють привабливому позиціонуванню та іміджу міста. Здійснення пропаганди привабливих та корисних рис території з метою повноцінного інформування користувачів (інвесторів) про її переваги. Презентація міста через суб'єктів господарювання на національному та світовому рівнях.

**С. 3.1. Доступна якісна освіта.** Створення умов для розвитку навчальних закладів різних типів та форм власності, забезпечення вільного вибору різних форм навчання дітей і молоді. Упровадження системи альтернативної освіти, що передбачає сприяння відкриттю, функціонуванню та розвитку освітніх закладів, які працюють за експериментальним програмами, сформованими як альтернатива до існуючих тощо.

**2) Стратегією регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року.** Згідно стратегічних цілей:

**Стратегічна ціль 1. Посилення економічної конкурентоспроможності регіону.** Операційна ціль 1А. Зменшення економічних дисбалансів, у тому числі на основі розвитку промислово-виробничого комплексу.

**Стратегічна ціль 4. Розвиток людського потенціалу.**

Операційна ціль 4.А. Формування конкурентоспроможного інтелектуального капіталу; Завдання 4.А.1. Розвиток сучасної високоякісної системи освіти, у тому числі професійної, вищої освіти та науки.

(<https://oblrada.dp.gov.ua/rishennia/sklikannia-7/xxiv-sesiya/pro-strategiyu-regionalnogo-rozvitk-1/>)

**Перевірка наявності Стандарту вищої освіти**

Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг

затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

**ОПП «Маркетинг» дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти.**

Опанування теоретичного та практичного матеріалу обов'язкових освітніх компонент, включених в ОПП, дозволяють опанувати програмні компетентності та досягти програмних результатів навчання визначених Стандартом вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» (<https://oorua.knu.edu.ua>).

Під час формулювання цілей і програмних результатів враховано: вимоги щодо ключових компетентностей фахівця, які висувають стейкхолдери-роботодавці; проблематику маркетингової діяльності у контексті діяльності промислових підприємств і територіального маркетингу з метою формування якісних освітніх компонент ОПП.

### **III. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

### зі спеціальності 075 «Маркетинг»

| 1 – Загальна інформація                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Повна назва ЗВО та структурного підрозділу                 | Криворізький національний університет (далі – КНУ), факультет економіки та управління бізнесом, кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу | Ступінь – бакалавр<br>Кваліфікація – бакалавр маркетингу                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Офіційна назва освітньої програми                          | Маркетинг                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Тип диплому та обсяг освітньої програми                    | Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців;<br>на базі молодшого спеціаліста – 2 роки 10 місяців                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Наявність акредитації                                      | Започаткування спеціальності                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Рівень з НРК/<br>Рівень вищої освіти                       | НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Передумови та обсяг освітньої програми бакалавра           | Наявність повної загальної середньої освіти або диплому молодшого бакалавра за спеціальністю (молодшого спеціаліста за напрямом), умови вступу визначаються «Правилами прийому до Криворізького національного університету», затвердженими Вченою радою.<br>Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавра:<br>1) на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;<br>2) 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):<br>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;<br>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС;<br>- на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, |
| Передумови та                                              | отриманих за попередньою освітньою програмою                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| обсяг освітньої програми бакалавра (продовження)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | фахової передвищої освіти.<br>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. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.                                                    |
| Мова викладання                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Українська (державна)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Термін дії освітньої програми                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | До наступного оновлення програми                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <a href="http://www.knu.edu.ua">http://www.knu.edu.ua</a> ,<br><a href="https://oopua.knu.edu.ua/">https://oopua.knu.edu.ua/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>2 – Мета освітньої програми</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>Глибока спеціальна підготовка сучасних фахівців із маркетингу, ініціативних і здатних до роботи як на підприємствах, організаціях установах різних форм власності, так і в органах державної влади та місцевого самоврядування, спроможних вирішувати складні задачі повоєнного розвитку промисловості та відновлення соціально-економічного розвитку територій у сфері маркетингу з урахуванням сучасного рівня діджиталізації усіх сфер життя.</p> <p>Мета освітньої програми відповідає Стратегії розвитку та місії Криворізького національного університету (<a href="http://www.knu.edu.ua">http://www.knu.edu.ua</a>).</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>3 – Характеристика освітньої програми</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг»</p> <p>Спеціалізація: не передбачено</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Опис предметної області                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Мета навчання:</i> формування загальних і професійних компетентностей з маркетингової діяльності, розвиток сучасного економічного мислення, що сприятимуть конкурентоспроможності бакалавра на ринку праці та дозволять йому успішно здійснювати професійну маркетингову діяльність у сферах промислового і територіального маркетингу.</p> |

|                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                               | <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Види професійної діяльності,</i> до яких готуються випускники, що засвоїли програму бакалавра: маркетингова, організаційно-управлінська.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> |
| Орієнтація освітньої програми                                                 | Освітньо-професійна                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Основний фокус освітньої програми                                             | <p>Підготовка фахівців у сфері маркетингу, що володіють компетенціями, необхідними для провадження маркетингової діяльності як на промисловому ринку на функціональному рівні, так і у сфері територіального маркетингу.</p> <p><i>Ключові слова:</i> аналіз, бренд, інтернет-маркетинг, інформаційні комунікації, маркетинг, маркетингові дослідження, промисловий маркетинг, реклама, ринок, поведінка споживачів, принципи маркетингу, територіальний маркетинг, функціональні задачі маркетингу.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Особливості програми:                                                         | Унікальність ОПП «Маркетинг» полягає у тому, що вона пропонує бінарний підхід до підготовки фахівців, який ґрунтується на поєднанні промислового і територіального маркетингу, у наслідок чого досягатиметься позитивний синергетичний ефект сукупності компетентностей, необхідних для повоєнної розбудови промисловості країни та соціально-економічного розвитку її територій в умовах цифрової трансформації усіх сфер життя.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Придатність до працевлаштування                                               | Працевлаштування за ДК 003:2010 (зі змінами, у т.ч. затвердженими наказом Міністерства економіки № 810 від 25.10.2021) випускники можуть працювати на посадах, що                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          | відповідають класифікаційним угрупованням:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Придатність до<br>працевлаштуван-<br>ня<br>(продовження) | <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Академічні права                                         | Бакалаври зі спеціальності 075 «Маркетинг» можуть продовжити навчання за наданою та спорідненими спеціальностями на програмах підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК України за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>5 – Викладання та оцінювання</b>                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Викладання та навчання                                   | <p>Лекції, практичні заняття виконання індивідуальних робіт (курсівих робіт, написання рефератів), консультування, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику, окремі елементи змішаного навчання, виробнича практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез, підготовка до державного екзамену на одержання ступеня вищої освіти; використання нестандартних форм навчання та активних (інтерактивних) методів навчання.</p> <p><i>Технології навчання:</i> інформаційно-комунікаційні, дистанційні, студентоцентровані, модульні, імітаційні, дискусійні, проблемні, технології дослідницького навчання, проєктивна освіта, самонавчання. З метою забезпечення безперервності освітнього процесу на період військового стану використовуються доступні онлайн технології (Google Classroom, Skype, Google Hangouts Meet, Zoom Video Communications тощо). Google надала доступ університету до системи G Suite for Education. Корпоративна пошта університету працює у безперебійному режимі на основі сервісу Gmail, а викладачі використовують хмарне сховище Google Disk із необмеженим обсягом зберігання інформації.</p> |

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Оцінювання                          | <p>Згідно з нормативними формами атестації здобувачів вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності 075 «Маркетинг» атестація здійснюється у формі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– атестаційних екзаменів та заліків, визначених навчальним планом;</li> <li>– державного екзамену на одержання ступеня вищої освіти.</li> </ul> <p>Оцінювання навчальних досягнень: 4-бальна національна шкала («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»); дворівнева національна шкала («зараховано», «незараховано»); 100-бальна система оцінювання та шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).</p> <p>Екзамени, заліки здійснюються згідно з формами оцінювання, представленими у відповідних робочих навчальних програмах.</p> <p>Захист курсових робіт проводиться комісією у визначений кафедрою час за участю керівників курсової роботи.</p> <p><i>Поточний контроль знань студентів</i> здійснюється за результатами роботи студента на лекційних і практичних заняттях, виконання тестових завдань, модульних контрольних робіт, контрольних (індивідуальних) робіт, курсових робіт, передбачених навчальним планом підготовки фахівців, відповідною програмою навчальної дисципліни та робочою програмою навчальної дисципліни.</p> <p><i>Модульний контроль</i> здійснюється після закінчення кожного чергового змістового модуля навчальної дисципліни.</p> <p><i>Підсумкове оцінювання</i> здійснюється:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– за результатами поточного та модульного контролю (якщо навчальним планом підготовки фахівців передбачено залік з навчальної дисципліни);</li> <li>– за результатами поточного, модульного контролю та складеного екзамену (якщо навчальним планом підготовки фахівців передбачено складання екзамену з навчальної дисципліни).</li> </ul> |
| <b>6 – Програмні компетентності</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Інтегральна компетент-ність         | <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Загальні компетентності (ЗК)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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                                                         | Здатність проявляти 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                                                         | Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ЗК 10                                                        | Здатність спілкуватися іноземною та державною мовами.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (ФК)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 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 інноваційній діяльності.                                                                          |
| ФК 10 | Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. |
| ФК 11 | Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.                                                      |
| ФК 12 | Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.                                                        |
| ФК 13 | Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.                               |
| ФК 14 | Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.                                                                              |
| ФК 15 | Здатність проваджувати маркетингову діяльність на промисловому та спорідненими з ним ринках.                                                            |
| ФК 16 | Здатність враховувати економічні особливості підприємств, що працюють на промисловому ринку у функціональній діяльності маркетолога.                    |
| ФК 17 | Здатність пропонувати удосконалення щодо територіального маркетингу.                                                                                    |

#### **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, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.                                                                  |
| 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, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.                                  |
| 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, у тому числі на промисловому та споріднених ринках. |
| 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, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.                                                                                                   |
| ПРН 12                                               | Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.                                                                                                                                                       |
| ПРН 13                                               | Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.                                                                                                                                                                 |
| ПРН 14                                               | Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.                                                                                                                                                                                |
| ПРН 15                                               | Діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.                                                           |
| ПРН 16                                               | Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки                                                                                                                                                        |
| ПРН 17                                               | Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.                                                                                                                   |
| ПРН 18                                               | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.                                                                                                                   |
| ПРН 19                                               | Демонструвати знання особливостей промислового та споріднених з ним ринків, функціонування господарських суб'єктів на ньому, та враховувати це у функціональній діяльності маркетолога.                                                                                   |
| ПРН 20                                               | Демонструвати знання особливостей маркетингу територій.                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Кадрове забезпечення                              | <p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</p> <p>Професійна кваліфікація всіх науково-педагогічних працівників відповідає освітнім компонентам освітньо-професійної програми. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» забезпечується підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не менше, ніж один раз на п'ять років.</p> <p>Керівник проєктної групи та викладацький склад, який забезпечує її реалізацію, відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності.</p>                                                                    |
| Матеріаль-но-технічне забезпечення                | <p>Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</p> <p>Соціально-побутова інфраструктура є у повному обсязі.</p> <p>Технічною складовою забезпечення навчального процесу є використання web-сайту КНУ та web-сторінок кафедри на інтернет-ресурсі: <a href="https://oouua.knu.edu.ua/">https://oouua.knu.edu.ua/</a>.</p> <p>У навчальному процесі постійно використовуються мультимедійні системи (проектори, ноутбуки). Викладачами кафедр ведеться розробка електронних курсів для дистанційного навчання. Така можливість реалізована за допомогою навчального порталу на офіційному сайті КНУ.</p> |
| Інформацій-на та навчально-методичне забезпечення | <p>Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015р. №1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</p> <p>На офіційному веб-сайті університету розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня / освітньо-наукова / видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація). Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти.</p>    |

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Інформацій-<br>не та<br>навчально-м<br>етодичне<br>забезпечення<br>(продовжен-<br>ня) | Інформаційне забезпечення: бібліотека КНУ<br>( <a href="http://www.knu.edu.ua/pidrozdily/biblioteka">http://www.knu.edu.ua/pidrozdily/biblioteka</a> ).<br>Розклад занять в електронному вигляді: <a href="http://asu.knu.edu.ua">http://asu.knu.edu.ua</a> .<br>Проведення занять у дистанційному форматі з використанням платформи GoogleMeet ( <a href="https://meet.google.com">https://meet.google.com</a> ).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>9 – Академічна мобільність</b>                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Національна<br>кредитна<br>мобільність                                                | Академічна мобільність регламентується «Положенням про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників» КНУ.<br>Програмою передбачається можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування. На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між КНУ та навчальними закладами країн-партнерів.<br>Навчання студентів за кредитно-трансферною системою, обсяг 1 кредиту – 30 год.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Міжнародна<br>кредитна<br>мобільність                                                 | Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів.<br>Із 2016 р. КНУ став партнером проекту MEVLANA з Аксарайським університетом (Туреччина). Підписано угоди ще з двома турецькими університетами: Чанкири Каратекін ун-т та Памуккале ун-т (2017 р.). Програма академічної мобільності «Mevlana» запроваджена Радою вищої освіти Турецької Республіки, якою передбачено академічний обмін із турецькими університетами на основі конкурсного відбору учасників. Усі питання фінансування, підписання угод між турецькими та закордонними університетами, відбору кандидатів на участь в академічному обміні, контролює Рада вищої освіти Туреччини.<br>Уперше КНУ реалізується проєкт академічної мобільності для здобувачів вищої освіти, аспірантів та викладачів в рамках міжнародної програми Erasmus+ (КА 107 №2015-1-PL01-KA107-016302).<br>Міжнародні партнери КНУ: Республіка Таджикистан, Таджицький національний університет (з 2018р.), Дангарінський державний університет та Таджицький аграрний університет ім. Ширіншох Шотемур (із 2021 р.). |
| Навчання<br>іноземних<br>здобувачів<br>вищої<br>освіти                                | Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних засадах у межах ліцензійного обсягу за умови мовленнєвої підготовки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## IV. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 4.1. Перелік компонент освітньої програми

| Код н/д                                                                    | Компоненти освітньої програми<br>(навчальні дисципліни, практики,<br>кваліфікаційна робота) | Кількість<br>кредитів | Форма<br>підсумкового<br>контролю |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| 1                                                                          | 2                                                                                           | 3                     | 4                                 |
| <b>1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</b>                      |                                                                                             |                       |                                   |
| <b>1.1. Цикл загальної підготовки</b>                                      |                                                                                             |                       |                                   |
| ОК 1                                                                       | Ділові комунікації (українська мова за професійним спрямуванням)                            | 3                     | залік                             |
| ОК 2                                                                       | Історія Українського державотворення та культури                                            | 3                     | залік                             |
| ОК 3                                                                       | Іноземна мова                                                                               | 6                     | екзамен                           |
| ОК 4                                                                       | Вступ до спеціальності                                                                      | 5                     | екзамен                           |
| ОК 5                                                                       | Фізичне виховання та основи здорового способу життя                                         | 4                     | залік                             |
| ОК 6                                                                       | Основи наукових досліджень                                                                  | 4                     | залік                             |
| ОК 7                                                                       | Цифрове суспільство                                                                         | 5                     | екзамен                           |
| ОК 8                                                                       | Філософія безпеки та сталого людського розвитку                                             | 5                     | залік                             |
| ОК 9                                                                       | Вища математика                                                                             | 6                     | екзамен                           |
| ОК 10                                                                      | Макро- та мікроекономіка                                                                    | 4                     | залік                             |
| ОК 11                                                                      | Регіональна економіка                                                                       | 6                     | екзамен                           |
| ОК 12                                                                      | Право                                                                                       | 3                     | залік                             |
| ОК 13                                                                      | Економіко-математичні методи та моделі                                                      | 4                     | екзамен                           |
| ОК 14                                                                      | Безпека життєдіяльності та основи охорони праці                                             | 3                     | залік                             |
| <b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів циклу загальної підготовки</b> |                                                                                             | <b>60</b>             |                                   |
| <b>1.2. Цикл професійної підготовки</b>                                    |                                                                                             |                       |                                   |
| ОК 15                                                                      | Основи web-програмування                                                                    | 7                     | екзамен                           |
| ОК 16                                                                      | Маркетинг                                                                                   | 12                    | захист КР,<br>екзамен             |
| ОК 17                                                                      | Економічна діагностика                                                                      | 5                     | екзамен                           |
| ОК 18                                                                      | Промислове товарознавство та інфраструктура ринку                                           | 9                     | екзамен                           |
| ОК 19                                                                      | Статистика                                                                                  | 5                     | екзамен                           |
| ОК 20                                                                      | Прийняття управлінських рішень                                                              | 4                     | залік                             |
| ОК 21                                                                      | Територіальний маркетинг                                                                    | 8                     | захист КР,<br>екзамен             |

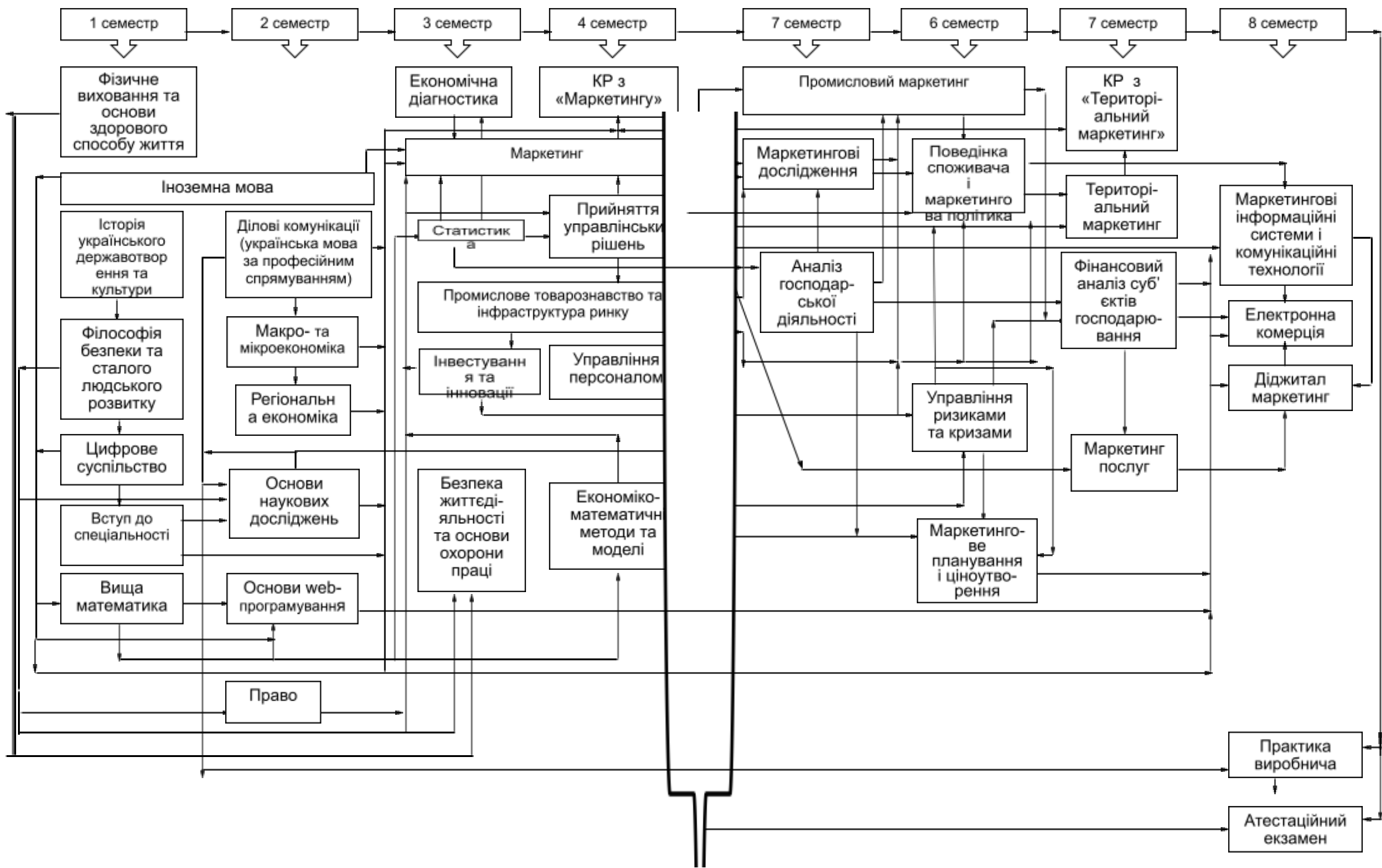
| Код н/д                                                                      | Компоненти освітньої програми<br>(навчальні дисципліни, практики,<br>кваліфікаційна робота) | Кількість<br>кредитів | Форма<br>підсумкового<br>контролю |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| ОК 22                                                                        | Поведінка споживача і маркетингова політика                                                 | 6                     | екзамен                           |
| ОК 23                                                                        | Промисловий маркетинг                                                                       | 11                    | залік, екзамен                    |
| ОК 24                                                                        | Управління ризиками та кризами                                                              | 5                     | екзамен                           |
| ОК 25                                                                        | Маркетингові дослідження                                                                    | 4                     | екзамен                           |
| ОК 26                                                                        | Маркетингове планування і ціноутворення                                                     | 4                     | екзамен                           |
| ОК 27                                                                        | Маркетинг послуг                                                                            | 4                     | залік                             |
| ОК 28                                                                        | Маркетингові інформаційні системи і<br>комунікативні технології                             | 4,5                   | екзамен, РГР                      |
| ОК 29                                                                        | Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання                                                  | 4                     | залік                             |
| ОК 30                                                                        | Електронна комерція                                                                         | 4                     | залік                             |
| ОК 31                                                                        | Інвестування та інновації                                                                   | 4                     | екзамен                           |
| ОК 32                                                                        | Аналіз господарської діяльності                                                             | 4                     | залік                             |
| ОК 33                                                                        | Управління персоналом                                                                       | 4                     | залік                             |
| ОК 34                                                                        | Діджитал маркетинг                                                                          | 4                     | залік                             |
| ОК 35                                                                        | Практика виробнича                                                                          | 6                     | залік                             |
| <b>Загальний обсяг циклу професійної підготовки</b>                          |                                                                                             | <b>119,5</b>          |                                   |
| ОК 36                                                                        | Атестаційний екзамен                                                                        | 1,5                   | екзамен                           |
| <b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів циклу професійної підготовки</b> |                                                                                             | <b>120</b>            |                                   |
| <b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів</b>                              |                                                                                             | <b>180</b>            |                                   |
| <b>2. ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</b>                                       |                                                                                             |                       |                                   |
| ВК 1                                                                         |                                                                                             | 3                     | залік                             |
|                                                                              | ВК 1.1. Іноземна мова                                                                       |                       |                                   |
|                                                                              | ВК 1.2. Етика професійної діяльності                                                        |                       |                                   |
|                                                                              | ВК 1.3. Фінанси та банківська справа                                                        |                       |                                   |
|                                                                              | Банк вибірових дисциплін                                                                    |                       |                                   |
| ВК 2                                                                         |                                                                                             | 4                     | залік                             |
|                                                                              | ВК 2.1. Основи сталого розвитку                                                             |                       |                                   |
|                                                                              | ВК 2.2. Startap проекти                                                                     |                       |                                   |
|                                                                              | Банк вибірових дисциплін                                                                    |                       |                                   |
| ВК 3                                                                         |                                                                                             | 3                     | залік                             |
|                                                                              | ВК 3.1. Місцеве самоврядування і<br>муніципальний маркетинг                                 |                       |                                   |
|                                                                              | ВК 3.2. Контролінг                                                                          |                       |                                   |
| ВК 4                                                                         |                                                                                             | 6                     | екзамен                           |

|      |                                                                 |   |         |
|------|-----------------------------------------------------------------|---|---------|
|      | ВК 4.1. Європейська інтеграція та захист національних інтересів |   |         |
|      | ВК 4.2. Політичний менеджмент і маркетинг                       |   |         |
|      |                                                                 |   |         |
| ВК 5 |                                                                 | 6 | екзамен |
|      | ВК 5.1. Державне регулювання економіки і державний маркетинг    |   |         |
|      | ВК 5.2. Основи обліку і оподаткування                           |   |         |
|      |                                                                 |   |         |

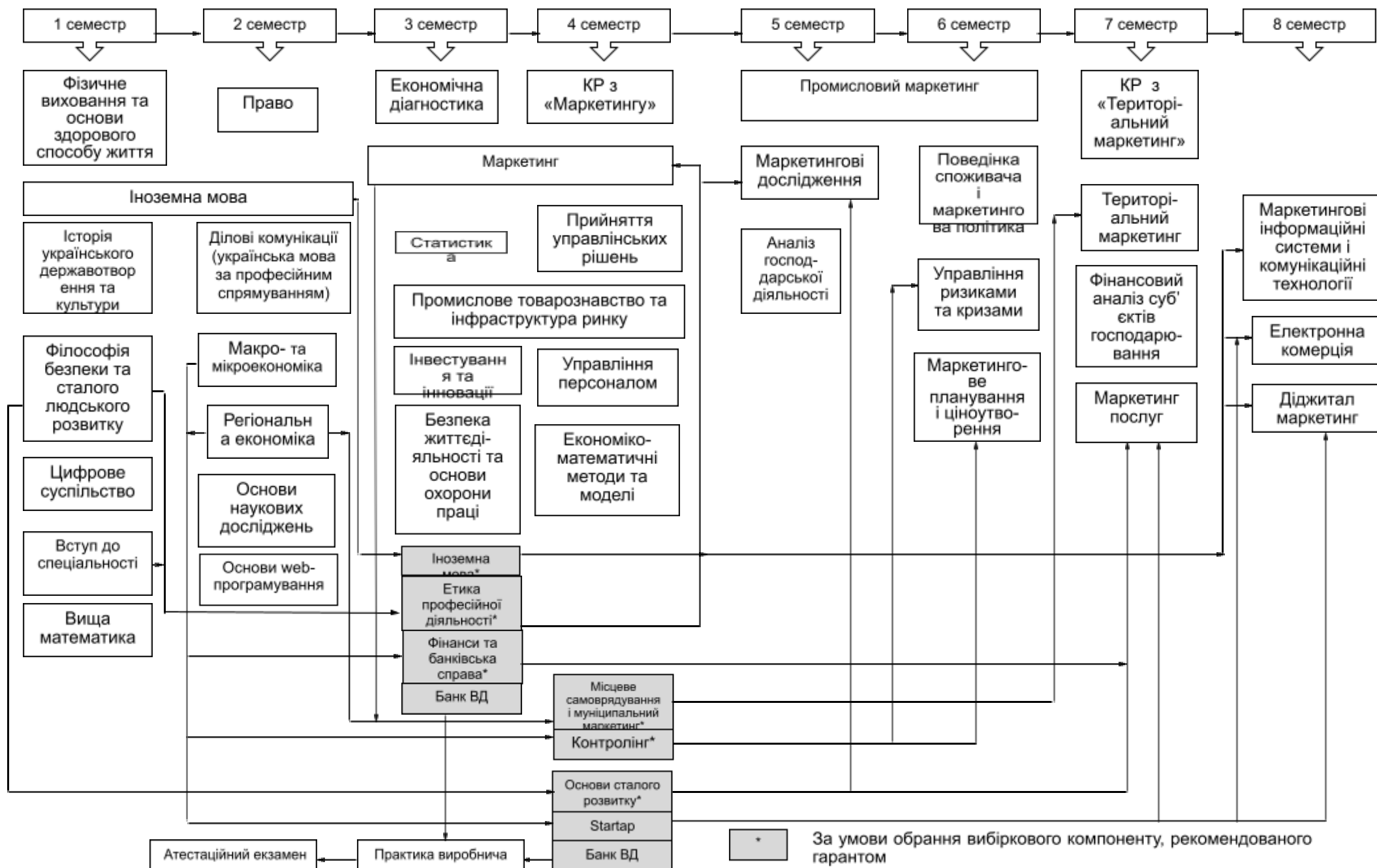
| Код н/д                                      | Компоненти освітньої програми<br>(навчальні дисципліни, практики,<br>кваліфікаційна робота) | Кількість<br>кредитів | Форма<br>підсумкового<br>контролю |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| ВК 6                                         |                                                                                             | 5                     | залік                             |
|                                              | ВК 6.1. Бренд-менеджмент і PR                                                               |                       |                                   |
|                                              | ВК 6.2. Основи бізнесу                                                                      |                       |                                   |
|                                              | Банк вибірових дисциплін                                                                    |                       |                                   |
| ВК 7                                         |                                                                                             | 7                     | залік                             |
|                                              | ВК 7.1. Моделі і методи прийняття управлінських рішень                                      |                       |                                   |
|                                              | ВК 7.2. Економічна безпека                                                                  |                       |                                   |
|                                              |                                                                                             |                       |                                   |
| ВК 8                                         | ВК 8.1. Проєктний менеджмент                                                                | 6                     | залік                             |
|                                              | ВК 8.2. Бізнес-планування та бюджетування                                                   |                       |                                   |
|                                              | Банк вибірових дисциплін                                                                    |                       |                                   |
| ВК 9                                         | ВК 9.1. Логістика                                                                           | 6                     | екзамен                           |
|                                              | ВК 9.2. Маркетинг у банку                                                                   |                       |                                   |
| ВК 10                                        | ВК 10.1. Міжнародний маркетинг                                                              | 4                     | залік                             |
|                                              | ВК 10.2. Лідерство                                                                          |                       |                                   |
|                                              | Банк вибірових дисциплін                                                                    |                       |                                   |
| ВК 11                                        | ВК 11.1. Реклама та зв'язки з громадськістю                                                 | 5                     | екзамен                           |
|                                              | ВК 11.2. Продаж і управління продажами                                                      |                       |                                   |
|                                              | Банк вибірових дисциплін                                                                    |                       |                                   |
| ВК 12                                        | ВК 12.1. Практикум з іноземної мови                                                         | 5                     | залік                             |
|                                              | ВК 12.2. Практичний тренінг з івент-маркетингу                                              |                       |                                   |
| <b>Загальний обсяг вибірових компонентів</b> |                                                                                             | <b>60</b>             |                                   |
| <b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>    |                                                                                             | <b>240</b>            |                                   |



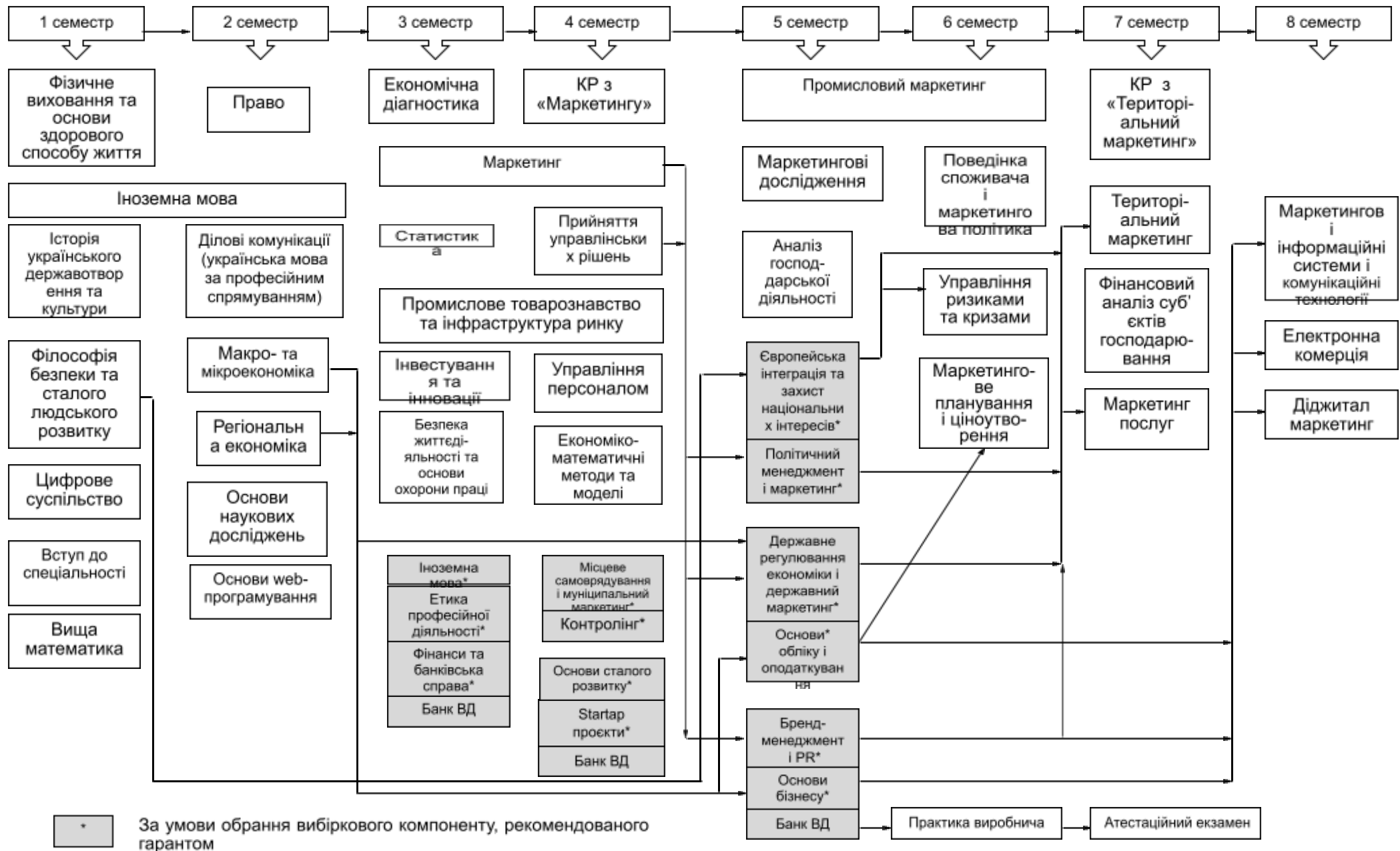
## 4.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (обов'язкові компоненти)



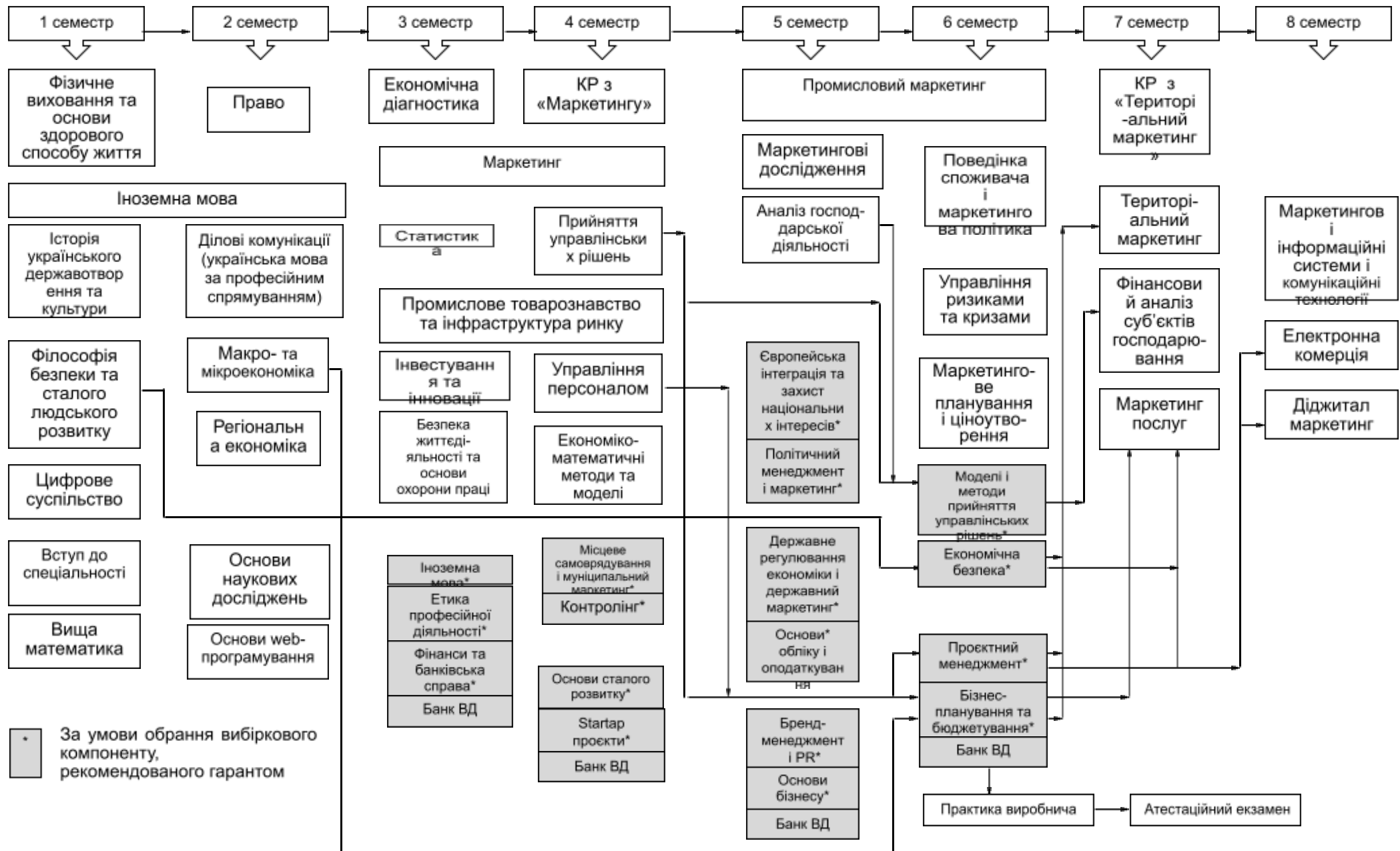
### 4.3. Місце вибірових компонентів 2 курсу у структурно-логічній схемі обов'язкових компонентів ОПП



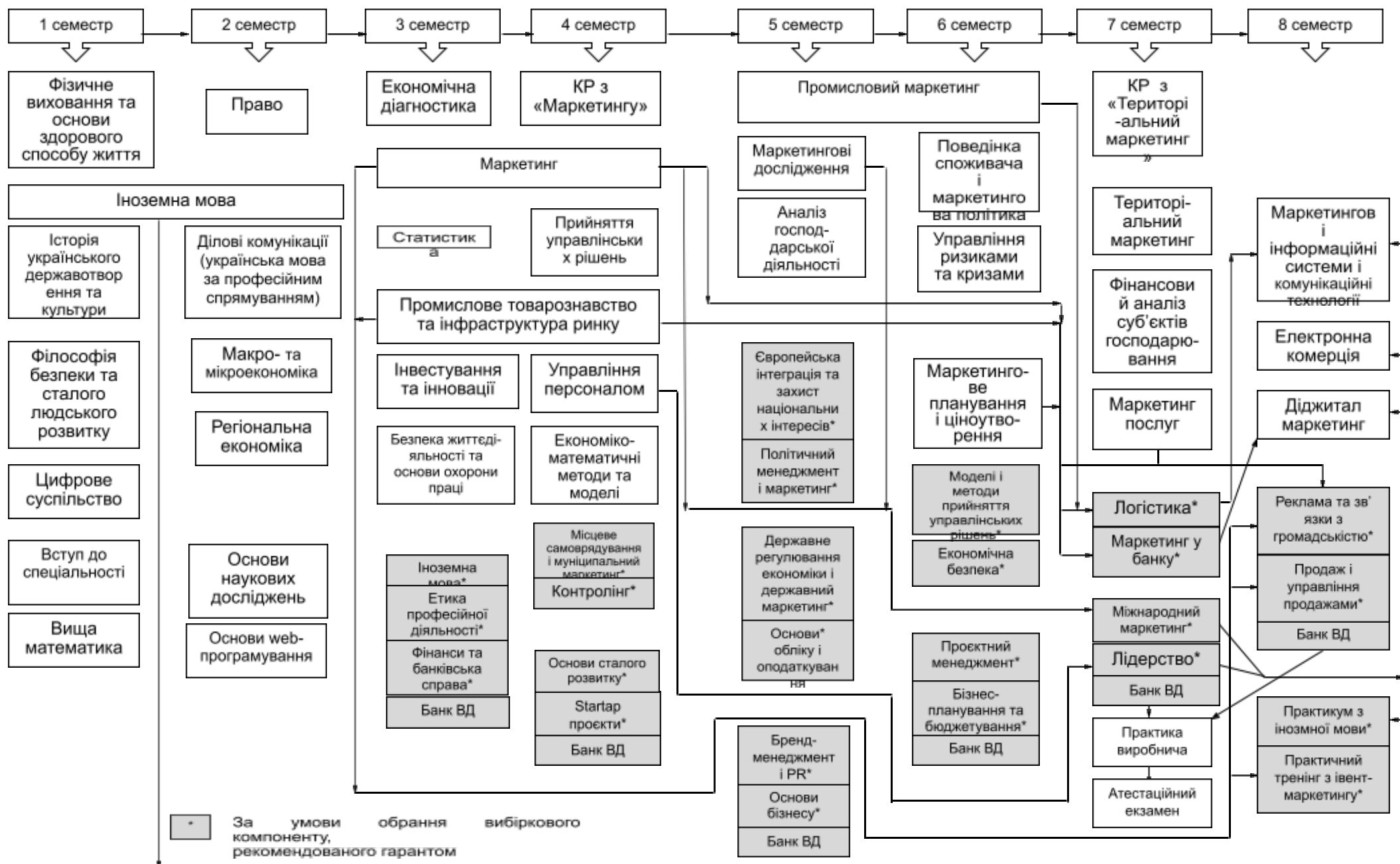
#### 4.4. Місце вибірових компонентів 3 курсу (5 семестр) у структурно-логічній схемі обов'язкових компонентів ОПП



#### 4.5. Місце вибірових компонентів 3 курсу (6 семестр) у структурно-логічній схемі обов'язкових компонентів ОПП



#### 4.6. Місце вибірових компонентів 4 курсу у структурно-логічній схемі обов'язкових компонентів ОПП



## **V. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Підсумкова атестація випускників за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» проводиться у формі Атестаційного екзамену на одержання ступеня вищої освіти Екзаменаційною комісією (у складі голови та двох членів комісії) за результатами виконання здобувачем вищої освіти у повному обсязі навчального плану. До складу Екзаменаційної комісії у разі необхідності можуть бути залучені представники підприємств або установ.

Метою Атестаційного екзамену є встановлення фактичної відповідності рівня освітньо-професійної підготовки здобувача вимогам освітньо-професійної програми. За результатами виконання видається документ державного зразка і присвоюється здобувачам вищої освіти ступінь вищої освіти «бакалавр» кваліфікації «Бакалавр маркетингу» за даною ОПП.

## **VI. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

Відповідність програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (ОПП) конкретизовано у табл. 6.1 та 6.2.

## **VII. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМ ОПП**

У табл. 7.1 і 7.2. конкретизовано відповідність забезпечення результатів навчання (ПРН) компонентам освітньо-професійної програми (ОПП).

**Таблиця 6.1 – Матриця відповідності програмних компетентностей обов’язковим компонентам ОПП**

| Програм-ні компетентності | 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 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>ЗК 1</b>               |      | X    |      |      |      |      | X    | X    |      |       |       | X     |       | X     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>ЗК 2</b>               | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    |      |       |       | X     |       | X     |       | X     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>ЗК 3</b>               |      |      |      |      |      | X    |      |      | X    |       |       | X     | X     |       | X     |       | X     | X     | X     |       |       | X     | X     | X     | X     | X     |       | X     | X     |
| <b>ЗК 4</b>               |      |      |      |      |      | X    |      | X    | X    |       |       | X     | X     | X     | X     |       |       | X     | X     |       |       |       |       |       | X     | X     |       | X     | X     |
| <b>ЗК 5</b>               |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |       |       | X     |       |       | X     | X     |       |       |       | X     |       | X     |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>ЗК 6</b>               |      |      |      | X    |      |      |      |      |      | X     |       |       |       |       |       | X     |       | X     | X     |       | X     | X     | X     |       |       | X     | X     | X     |       |
| <b>ЗК 7</b>               |      |      |      |      |      | X    |      |      | X    |       | X     |       | X     |       | X     | X     |       | X     | X     |       | X     | X     | X     | X     | X     | X     | X     | X     | X     |
| <b>ЗК 8</b>               |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |       |       |       | X     |       | X     |       | X     |       | X     |       |       | X     | X     |       | X     | X     |       | X     | X     |
| <b>ЗК 9</b>               | X    |      | X    |      |      |      | X    |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       |       |       | X     | X     |       |       | X     |       |
| <b>ЗК 10</b>              | X    |      | X    |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>ЗК 11</b>              |      |      |      | X    |      | X    |      | X    |      |       |       | X     |       |       |       | X     |       | X     |       | X     |       |       | X     |       |       | X     | X     | X     | X     |
| <b>ЗК 12</b>              | X    |      | X    |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | X     |       |
| <b>ЗК 13</b>              |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |       |       | X     |       |       |       | X     |       |       |       |       | X     |       | X     |       |       |       |       |       |       |
| <b>ЗК 14</b>              |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>ФК 1</b>               |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       |       | X     | X     | X     |       | X     | X     |       | X     |       |
| <b>ФК 2</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       |       |       | X     | X     |       | X     |       |       |       |       |
| <b>ФК 3</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       | X     | X     | X     | X     |       | X     | X     | X     |       | X     | X     | X     | X     | X     |
| <b>ФК 4</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       |       | X     | X     | X     |       |       | X     | X     | X     |       |
| <b>ФК 5</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       | X     | X     | X     |       | X     | X     | X     |       | X     |       | X     | X     | X     | X     | X     | X     | X     | X     | X     |
| <b>ФК 6</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       | X     | X     | X     |       |       | X     | X     |       | X     |       | X     | X     | X     |       | X     | X     | X     |       | X     |
| <b>ФК 7</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X     | X     |       | X     |       |       | X     |       | X     |       |       |       | X     | X     |       |       | X     | X     | X     | X     |
| <b>ФК 8</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X     | X     |       |       |       |       | X     |       |       |       |       |       |       | X     | X     |       |       | X     |       |       |
| <b>ФК 9</b>               |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       | X     |       |       |       |
| <b>ФК 10</b>              |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |       |       |       |       |       | X     |       |       |       |       | X     |       |       |       |       | X     |       |       | X     |       |
| <b>ФК 11</b>              |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X     | X     |       |       |       |       |       | X     | X     | X     |       | X     | X     |       |       |       |       |       |       | X     |
| <b>ФК 12</b>              |      |      |      |      |      | X    | X    |      |      |       |       |       |       |       | X     | X     |       | X     | X     |       | X     |       | X     |       | X     | X     | X     | X     | X     |
| <b>ФК 13</b>              |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       | X     |       | X     |       |       |       |       | X     |       |       | X     | X     |       |       |
| <b>ФК 14</b>              |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       | X     | X     | X     | X     |       |       | X     | X     | X     |       |
| <b>ФК 15</b>              |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       | X     | X     | X     |       |       | X     | X     |       | X     | X     |       | X     |       |
| <b>ФК 16</b>              |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       | X     |       |       |       |       | X     |       |       |       |       |       | X     |       |



|       |  |  |  |  |  |   |   |  |  |   |   |  |   |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |   |  |
|-------|--|--|--|--|--|---|---|--|--|---|---|--|---|--|--|--|---|---|---|---|--|--|--|---|--|
| ФК 16 |  |  |  |  |  |   | X |  |  |   | X |  | X |  |  |  | X | X |   |   |  |  |  |   |  |
| ФК 17 |  |  |  |  |  | X |   |  |  | X |   |  |   |  |  |  |   |   | X | X |  |  |  | X |  |

Таблиця 7.1 – Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов’язковим компонентам ОПП

| Програмный результат обучения | ОК1 | ОК2 | ОК3 | ОК4 | ОК5 | ОК6 | ОК7 | ОК8 | ОК9 | ОК10 | ОК11 | ОК12 | ОК13 | ОК14 | ОК15 | ОК16 | ОК17 | ОК18 | ОК19 | ОК20 | ОК21 | ОК22 | ОК23 | ОК24 | ОК25 | ОК26 | ОК27 | ОК28 | ОК29 | ОК30 | ОК31 | ОК32 | ОК33 | ОК34 | ОК35 | ОК36 |   |
|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| ПРН 1                         |     |     |     | X   |     |     | X   |     |     |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      | X    | X    |      | X    |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    | X    |      |   |
| ПРН 2                         | X   |     | X   | X   |     | X   |     |     | X   | X    | X    |      | X    |      | X    | X    | X    |      | X    |      |      | X    | X    |      | X    | X    |      |      | X    | X    | X    |      |      | X    | X    |      |   |
| ПРН 3                         |     |     | X   |     |     | X   | X   |     | X   |      | X    |      | X    |      | X    | X    | X    |      |      |      | X    | X    | X    | X    |      | X    | X    |      |      | X    |      |      | X    |      | X    | X    |   |
| ПРН 4                         | X   |     | X   |     |     | X   |     |     |     | X    | X    |      | X    |      | X    | X    | X    |      | X    |      |      | X    | X    | X    | X    | X    | X    |      |      |      |      | X    |      | X    | X    |      |   |
| ПРН 5                         |     |     |     | X   |     | X   |     |     |     | X    |      | X    | X    |      | X    | X    | X    | X    | X    |      |      | X    | X    | X    | X    |      |      | X    | X    | X    | X    |      | X    | X    | X    | X    |   |
| ПРН 6                         |     |     |     | X   |     | X   |     |     | X   |      |      |      | X    |      | X    | X    | X    |      | X    |      |      | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    |   |
| ПРН 7                         | X   |     |     |     |     |     | X   |     |     |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    |      |      |      |      | X    | X    | X    |   |
| ПРН 8                         |     |     |     | X   |     | X   |     |     |     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    |      |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    | X    |   |
| ПРН 9                         |     |     |     | X   |     | X   | X   |     | X   |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    |      |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    | X    |   |
| ПРН 10                        | X   |     | X   |     |     | X   | X   |     |     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      | X    | X    |   |
| ПРН 11                        |     |     |     | X   |     | X   |     |     |     |      | X    |      |      |      | X    | X    | X    | X    |      |      |      | X    | X    |      |      |      | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    |   |
| ПРН 12                        |     |     |     |     |     | X   |     | X   | X   |      |      | X    | X    | X    | X    |      |      | X    | X    | X    | X    |      |      |      | X    | X    | X    |      | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    | X    |   |
| ПРН 13                        |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      | X    | X    |      |      |      |      | X    | X    |      |      |      |      |      |      |      | X    | X    |      | X    |      | X    |   |
| ПРН 14                        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      | X    | X    |      |      |      |      |      | X    | X    | X    |      |      |      |      | X    | X    | X    |   |
| ПРН 15                        | X   | X   | X   | X   | X   |     | X   | X   |     |      |      | X    |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    | X    |   |
| ПРН 16                        |     | X   |     | X   |     | X   |     |     |     |      |      | X    |      |      | X    | X    |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |      | X    |      | X    |   |
| ПРН 17                        | X   |     | X   | X   |     | X   |     |     |     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      | X    | X |
| ПРН 18                        | X   |     | X   |     | X   | X   | X   | X   |     |      |      |      |      | X    |      |      |      |      | X    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    |      | X    | X    |   |
| ПРН 19                        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      |      | X    | X    |      |      |      | X    | X    | X    | X    | X    |      |      | X    |      | X    | X    |      |      | X    | X    |   |
| ПРН 20                        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | X    | X    |      | X    | X    |      | X    |      |      |      | X    |      |      |      | X    | X    |   |

**Таблиця 7.2 – Матриця забезпечення програмних результатів навчання вибіркоким компонентам ОПП**

| Програмні<br>результати<br>навчання | ВК<br>1.1 | ВК<br>1.2 | ВК<br>1.3 | ВК<br>2.1 | ВК<br>2.2 | ВК<br>3.1 | ВК<br>3.2 | ВК<br>4.1 | ВК<br>4.2 | ВК<br>5.1 | ВК<br>5.2 | ВК<br>6.1 | ВК<br>6.2 | ВК<br>7.1 | ВК<br>7.2 | ВК<br>8.1 | ВК<br>8.2 | ВК<br>9.1 | ВК<br>9.2 | ВК<br>10.1 | ВК<br>10.2 | ВК1<br>11.1 | ВК<br>11.2 | ВК<br>12.1 | ВК<br>12.2 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|
| <b>ПРН 1</b>                        |           | X         |           |           |           | X         |           |           | X         | X         |           |           |           |           |           |           |           |           |           | X          |            |             |            |            |            |
| <b>ПРН 2</b>                        | X         |           | X         |           | X         | X         | X         |           |           | X         |           |           | X         |           |           | X         | X         |           |           | X          |            |             |            | X          |            |
| <b>ПРН 3</b>                        | X         |           |           |           | X         | X         |           |           | X         | X         |           |           | X         | X         |           | X         | X         | X         |           | X          |            | X           |            | X          |            |
| <b>ПРН 4</b>                        | X         |           |           |           | X         | X         | X         |           | X         | X         | X         | X         |           | X         |           |           | X         |           | X         | X          |            | X           |            | X          | X          |
| <b>ПРН 5</b>                        |           |           | X         |           | X         | X         | X         |           | X         | X         |           |           | X         |           |           | X         | X         | X         | X         | X          |            | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 6</b>                        |           |           | X         |           | X         | X         | X         |           | X         | X         | X         | X         | X         | X         |           | X         | X         | X         | X         |            | X          | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 7</b>                        |           |           |           |           |           |           |           |           | X         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            |            | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 8</b>                        |           |           |           |           | X         |           |           |           |           |           |           | X         |           |           |           | X         |           |           |           | X          | X          | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 9</b>                        |           |           |           |           | X         |           |           |           |           |           |           | X         |           |           | X         |           |           |           |           |            |            |             | X          |            |            |
| <b>ПРН 10</b>                       | X         |           |           |           | X         | X         |           |           | X         | X         |           | X         |           | X         |           |           |           |           |           |            | X          | X           |            | X          | X          |
| <b>ПРН 11</b>                       |           | X         | X         |           | X         | X         | X         |           | X         | X         | X         |           | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |            | X          | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 12</b>                       |           | X         |           |           | X         | X         |           | X         | X         | X         |           | X         | X         | X         | X         | X         |           |           |           | X          | X          | X           |            |            | X          |
| <b>ПРН 13</b>                       |           | X         |           | X         | X         | X         |           |           | X         | X         |           |           | X         | X         |           | X         | X         |           |           | X          | X          | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 14</b>                       |           | X         |           |           |           | X         |           |           | X         | X         |           | X         |           | X         |           | X         | X         | X         | X         | X          | X          | X           | X          |            | X          |
| <b>ПРН 15</b>                       | X         | X         |           | X         |           |           |           | X         | X         |           |           | X         | X         |           | X         |           |           |           |           |            | X          | X           |            | X          |            |
| <b>ПРН 16</b>                       |           | X         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | X          |             |            |            |            |
| <b>ПРН 17</b>                       | X         |           |           |           |           |           |           |           | X         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | X          | X           | X          | X          |            |
| <b>ПРН 18</b>                       | X         | X         |           | X         |           |           |           | X         | X         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |            | X          |             |            | X          |            |
| <b>ПРН 19</b>                       |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | X         |           |           |           | X         | X         |           |            |            |             | X          |            |            |
| <b>ПРН 20</b>                       |           |           |           |           |           | X         |           |           |           | X         |           |           |           |           |           |           |           |           | X         | X          |            |             | X          |            |            |

## **VIII. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ ГРУНТУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

### **А. Офіційні документи:**

1. Закон «Про вищу освіту»: Із змінами, внесеними згідно із Законами № 2471-IX від 28.07.2022 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор професій : ДК 003:2010. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, ред. від 18.08.2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
4. Національна рамка кваліфікацій (редакція із змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ від 25.06.2020 р. №519) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п#Text>
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 07.07.2021 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

### **Б. Корисні посилання:**

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-uidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-uidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.