

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради КНУТД

Іван ГРИЦЕНКО

(протокол від «21» 02 2022 р. № 7)



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
DIGITAL MARKETING

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти бакалавр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Кваліфікація бакалавр маркетингу

Київ 2022 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-професійної програми
DIGITAL MARKETING

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти бакалавр
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 075Маркетинг

Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)

15.02.22 (дата)  (підпис) Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Схвалено Вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну

Протокол від «15» 02 2022 року № 7

Декан факультету управління та бізнес-дизайну

15.02.2022 (дата)  (підпис) Олександра ОЛЬШАНСЬКА

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Протокол від «17» 01 2022 року № 6

Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

17.01.2022 (дата)  (підпис) Юлія КОСТИНЕЦЬ

Гарант освітньої програми

17.01.2022 (дата)  (підпис) Ігор ПОНОМАРЕНКО

Введено в дію наказом КНУТД від «27» 04 2022 року № 79

 2

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБНИКИ:

Група забезпечення освітньої програми*	ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис	Дата
1	2	3	4
Гарант освітньої програми	Катерина ШКОВЕЦЬ, к.е.н., доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		01.09.2023
Робоча група	Олена ЄВСЕЙЦЕВА, к.е.н., доцент, доцент, завідувачка кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		01.09.2023
	Галина КВІТА, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		01.09.2023

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**:

- 1) [Поляк Микита Юхимович, директор агентства цифрового маркетингу ТОВ «Маркеторіум»;](#)
- 2) [Проценко Валерій Іванович, директор ТОВ «Центр комп'ютерних інформаційних технологій»;](#)
- 3) [Єрмошенко Микола Миколайович, президент МГО «Міжнародна академія інформатики».](#)

1. Профіль освітньо-наукової програми Digital маркетинг

1.1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну. Кафедра маркетингу та комунікаційного
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Digital маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1190181
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта, фахова передвища освіта або ступінь молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю на базі ступеня молодшого бакалавра (ОКР молодшого спеціаліста) Університет визнає та перезараховує кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста).
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії акредитації освітньої програми	До 01.07.2025
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/ekts/
1.2 – Мета освітньої програми	
<p>Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють глибокими знаннями, а також базовими й професійними компетентностями в галузі digital-маркетингу, що направлені на використанні цифрових технологій для вирішення завдань, пов'язаних з маркетинговою діяльністю на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.</p> <p>Основними цілями програми є: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасними цифровими технологіями, економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p>	
1.3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p>

	<p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності.</p> <p>Обов'язкові освітні компоненти – 75%, з них: практична підготовка – 13%, вивчення іноземної мови – 13%. Дисципліни вільного вибору студента – 25% обираються із загально університетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна підготовки бакалавра.
Основний фокус освітньої програми	Акцент робиться на формуванні та розвитку професійних компетентностей у сфері цифрових маркетингових технологій; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів
Особливості освітньої програми	Оволодіння основними теоретично-прикладними аспектами маркетингової діяльності у цифровому середовищі та в умовах цифрової економіки, які ґрунтуються на використанні цифрових технологій з метою підвищення конкурентоспроможності окремо взятого підприємства, установи та організації будь-якої форми власності та виду економічної діяльності в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.
1.4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник є придатним для працевлаштування на підприємствах, в організаціях та установах будь-якої форми власності та виду економічної діяльності. Бакалавр маркетингу після опанування освітньої програми «цифровий маркетинг» може обіймати первинні посади (менеджер-маркетолог, консультант з цифрового маркетингу, рекламіст, фахівець із маркетингу соціальних мереж, фахівець з методів розширення ринку збуту на цифрових ринках, фахівець зв'язків із громадськістю та пресою, фахівець-аналітик із досліджень ринку у цифровому середовищі) у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв'язків тощо на підприємства різного профілю, організаційно-правової форми та рівня (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах, Digital-стратег, фахівець у сфері розвитку бізнесу, SEO фахівець, контент-менеджер, менеджер з соціальних медіа, Account Manager та інше. Робота у сфері фрілансу: SEO фахівець, копірайтер, SMM менеджер, PPC тощо. Реалізація власних проектів у сфері Digital marketing: продаж маркетингових послуг через мережу Інтернет, створення та продаж авторських digital продуктів (сайти, сервіси, мобільні додатки, Інтернет-портали та інше), співробітництво з партнерськими мережами тощо.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Використовується студентоцентроване та проблемноорієнтоване навчання, навчання через навчальну та виробничу практику та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти. Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне, лабораторне заняття, практична підготовка, самостійна робота, консультація.

Оцінювання	Усні та письмові екзамени, тестування, есе, презентації, звіти, контрольні роботи, курсові роботи, портфоліо.	
1.6 – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (ІК)	ІК	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
	ЗК 2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
	ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК 4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
	ЗК 5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
	ЗК 6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК 7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
	ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
	ЗК 9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
	ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
	ЗК 11	Здатність працювати в команді.
	ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
	ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності (ФК)	ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	ФК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	ФК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
	ФК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	ФК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	ФК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	ФК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

	ФК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
	ФК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
	ФК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
	ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
1.7 – Програмні результати навчання		
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
ПРН 2	Демонструвати знання і розуміння концепції digital маркетингу, особливостей маркетингу у цифровому середовищі, принципів використання digital-інструментів, digital-каналів комунікації та клієнтоорієнтованого підходу	
ПРН 3	Застосовувати сучасні цифрові технології в процесі практичного впровадження маркетингових комунікаційних кампаній	
ПРН 4	Застосовувати набуті теоретичні знання для вирішення практичних завдань у сфері digital маркетингу, застосовувати на практиці уміння налаштовувати інтернет аналітику та інтерпретувати її результати	
ПРН 5	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	
ПРН 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	
ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	
ПРН 9	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 10	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
ПРН 11	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
ПРН 12	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
ПРН 13	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
ПРН 14	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
ПРН 15	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	

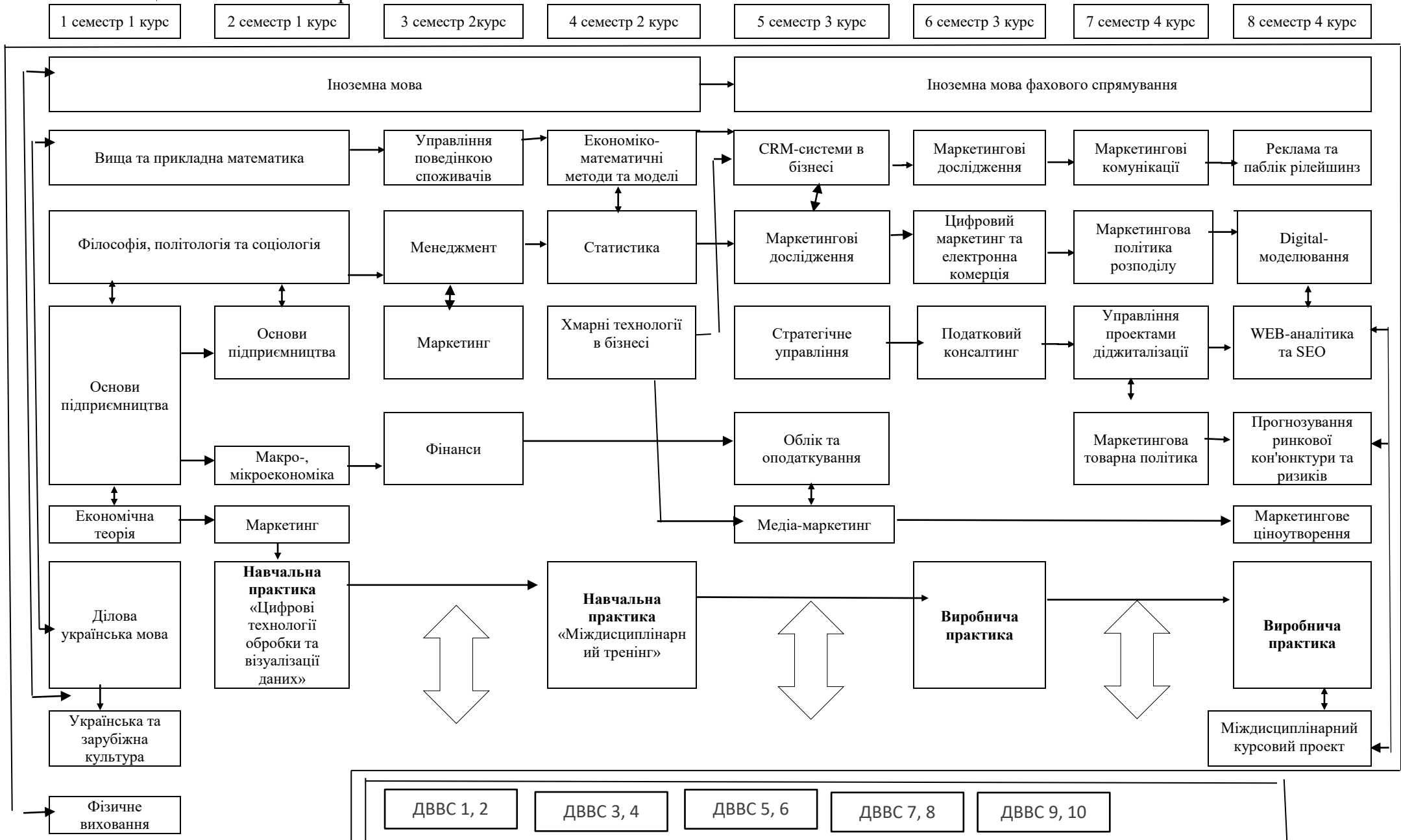
ПРН 16	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН 17	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 18	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 19	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 20	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН 21	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
1.8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітню програму за кваліфікацією, відповідають профілю і напряму освітніх компонентів, що викладаються; мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької / управлінської / інноваційної / творчої роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету.
1.9 – Академічна мобільність	
Внутрішня академічна мобільність	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньої програми, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей.
Міжнародна академічна мобільність	Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном (Естонія, Італія, Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами.

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

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

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи (проекти), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
ОК 1	Іноземна мова ва (англійська , французька , німецька , німецька А1)	12	залік
ОК 2	Ділова українська мова	3	екзамен
ОК 3	Філософія, політологія та соціологія	6	залік
ОК 4	Українська та зарубіжна культура	3	екзамен
ОК 5	Іноземна мова фахового спрямування (англійська, французька, німецька)	12	екзамен
ОК 6	Вища та прикладна математика	9	екзамен
ОК 7	Фізичне виховання	3	залік
ОК 8	Маркетинг	9	екзамен
ОК 9	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 10	Основи підприємництва	9	екзамен
ОК 11	Макро-, мікроекономіка	6	екзамен
ОК 12	Фінанси	3	екзамен
ОК 13	Менеджмент	3	екзамен
ОК 14	Управління поведінкою споживачів	3	екзамен
ОК 15	Статистика	3	екзамен
ОК 16	Економіко-математичні методи та моделі	3	екзамен
ОК 17	Хмарні технології в бізнесі	3	екзамен
ОК 18	CRM-системи в бізнесі	3	залік
ОК 19	Стратегічне управління	3	екзамен
ОК 20	Облік і оподаткування	3	екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження	5	екзамен
	Курсова робота	1	захист
ОК 22	Медіа-маркетинг	3	екзамен
ОК 23	Податковий консалтинг	3	екзамен
ОК 24	Цифровий маркетинг та електронна комерція	3	екзамен
ОК 25	Маркетингова політика розподілу	3	екзамен
ОК 26	Маркетингові комунікації	3	екзамен
ОК 27	Управління проектами діджиталізації	3	екзамен
ОК 28	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 29	Digital-моделювання	3	екзамен
ОК 30	Реклама та паблік рілейшинз	3	екзамен
ОК 31	WEB-аналітика та SEO	3	екзамен
ОК 32	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ОК 33	Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків	3	залік
ОК 34	Міждисциплінарний курсовий проєкт	3	захист
ОК 35	Навчальна практика	12	залік
ОК 36	Виробнича практика	12	залік
ОК 37	Атестаційний екзамен	-	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Вибіркові компоненти освітньої програми			
ДВВС	Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти	60	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2 Структурно-логічна схема підготовки бакалавра за освітньо-професійною програмою Digital маркетинг за спеціальністю 075 Маркетинг



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі атестаційного екзамену.
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Атестаційний екзамен (екзамени) має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14	
ОК 1	+										+			+																
ОК 2	+				+	+																								
ОК 3	+	+	+			+									+															
ОК 4	+	+	+			+									+															
ОК 5	+										+			+																
ОК 6	+			+	+																									
ОК 7	+		+																											
ОК 8	+						+									+	+		+											
ОК 9	+			+	+				+				+														+			
ОК 10	+			+	+				+				+														+			
ОК 11	+			+	+				+				+														+			
ОК 12	+			+	+				+				+														+			
ОК 13	+			+	+				+				+														+			
ОК 14	+																		+	+	+	+		+				+	+	
ОК 15	+			+	+				+				+												+	+				
ОК 16	+									+								+					+		+					
ОК 17	+									+														+		+				
ОК 18	+									+															+					
ОК 19	+			+	+								+											+						
ОК 20	+			+	+								+										+							
ОК 21	+						+	+	+							+	+		+	+	+	+	+	+				+	+	
ОК 22	+						+	+		+						+	+		+	+	+	+	+	+			+			
ОК 23	+			+	+				+				+														+			
ОК 24	+						+	+	+	+						+	+		+	+	+	+	+	+			+	+	+	
ОК 25	+						+	+	+									+	+	+	+	+	+	+				+	+	
ОК 26	+						+	+	+							+	+		+	+	+	+	+	+				+	+	
ОК 27	+								+	+																+		+		
ОК 28	+						+	+	+							+	+		+	+	+	+	+	+				+	+	
ОК 29	+								+	+								+						+		+		+		
ОК 30	+						+	+	+							+	+		+	+	+	+	+	+				+	+	
ОК 31	+							+	+	+								+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	
ОК 32	+							+	+									+	+	+	+	+	+	+				+	+	
ОК 33	+							+	+									+						+						
ОК 34	+							+	+				+				+											+		
ОК 35	+							+		+		+					+											+		
ОК 36	+							+		+		+					+											+		
ОК 37	+							+		+		+	+				+											+		

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

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19	ПРН20	ПРН21	
OK1																				+		
OK 2																				+		
OK 3									+				+								+	
OK 4									+												+	
OK 5																				+		
OK6													+									
OK7																						
OK8	+										+			+				+				
OK9												+	+					+				
OK10												+	+						+			
OK11												+	+						+			
OK12												+	+						+			
OK13												+	+						+			
OK14	+						+	+				+		+				+				+
OK15										+					+							
OK16						+	+			+					+	+						
OK17		+	+	+		+	+															
OK18		+	+	+		+	+															
OK19					+							+	+		+			+				
OK20												+	+		+				+			+
OK21	+					+		+			+	+		+				+				
OK22		+	+	+	+		+															
OK23												+			+				+			
OK24	+	+	+	+		+		+			+	+		+				+				+
OK25	+	+					+	+				+		+				+				+
OK26	+	+	+	+		+		+				+		+				+				+
OK27		+	+	+		+																
OK28	+						+	+				+		+				+				+
OK29		+	+	+		+				+						+		+				
OK30	+	+	+	+				+				+		+				+				+
OK31	+	+	+	+		+		+				+		+				+				+
OK32	+						+	+				+		+				+				+
OK33	+						+	+				+		+				+				+
OK34										+	+	+										
OK35		+	+	+	+																	
OK36		+	+	+	+																	
OK37		+	+	+	+																	+

Хронологія перегляду освітньої програми

Зміни внесені до освітньої програми відповідно до рішення вченої ради факультету управління та бізнес-дизайну:

1. Від 20 вересня 2023р., протокол № 3 (Переглянуто гарант та робоча група. Відповідно до наказу № 260 від 01.09.2023р.: замінено гаранта Пономаренко І.В. на Шіковець К.О., члена робочої групи Шіковець К.О. на Євсейцеву О.С., Зимбалевську Ю.В. на Квіту Г.М.)

Шифр за ОПП	НАЗВА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ЄКТС	Кількість годин						Розподіл годин на тиждень за курсами і семестрами															
		Екзамени	Зайки	Контрольні роботи, розрахунково-графічні роботи	Курсові роботи (проекти)		Загальний обсяг	Аудиторних			Самостійна робота	I курс				II курс				III курс				IV курс				
								у тому числі:				Семестри																
								Всього	лекцій	лабораторні		практичні (семінарські)	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
													Кількість тижнів в семестрі								12	12	12	12	12	12	12	6
1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																												
OK 1	Іноземна мова	4	1,2,3			12	360	192			192	168	4	4	4	4												
OK 2	Ділова українська мова		1			3	90	24			24	66	2															
OK 3	Філософія, політологія та соціологія	1,2				6	180	48	24		24	132	2	2														
OK 4	Українська та зарубіжна культура		1			3	90	24	12		12	66	2															
OK 5	Іноземна мова фахового спрямування	8	5,6,7			12	360	192			192	168					4	4	4	4								
OK 6	Вища та прикладна математика	2	1	1Кт		9	270	108	48		60	162	4	5														
OK 7	Фізичне виховання		1			3	90	24			24	66	2															
OK 8	Маркетинг	3	2			9	270	60	24		36	210		2	3													
OK 9	Макро-, мікроекономіка	2				6	180	72	36		36	108		6														
OK 10	Основи підприємництва	1,2	2			9	270	84	36		48	186	3	4														
OK 11	Економічна теорія	1				6	180	72	36		36	108	6															
OK 12	Фінанси	3				3	90	48	24		24	42			4													
OK 13	Менеджмент	3				3	90	24	12		12	66		2														
OK 14	Управління поведінкою споживачів	3				3	90	48	24		24	42			4													
OK 15	Статистика	4				3	90	48	24		24	42				4												
OK 16	Економіко-математичні методи та моделі	4				3	90	48	24	24		42				4												
OK 17	Маркетинг послуг	4				3	90	60	24		36	30				5												
OK 18	CRM-системи в бізнесі		5			3	90	36	12		24	54					3											
OK 19	Стратегічне управління	5				3	90	36	24		12	54					3											
OK 20	Облік і оподаткування	5				3	90	48	24		24	42					4											
OK 21	Маркетингові дослідження	6	5			5	150	84	36		48	66					2		5									
	Курсова робота				6КРф	1	30					30							КРф									
OK 22	Медіа-маркетинг	5				3	90	36	12		24	54					3											
OK 23	Податковий консалтинг	6				3	90	60	24		36	30						5										
OK 24	Цифровий маркетинг та електронна комерція	6				3	90	60	24		36	30						5										
OK 25	Маркетингова політика розподілу	7				3	90	48	24		24	42							4									
OK 26	Маркетингові комунікації	7				3	90	48	24		24	42							4									
OK 27	Управління проектами діджиталізації	7				3	90	36	12		24	54							3									
OK 28	Маркетингова товарна політика	7				6	180	48	24		24	132							4									
OK 29	Didgital-моделювання		8			3	90	48	24		24	42								4								
OK 30	Реклама та паблік рілейшинз	8				3	90	48	24		24	42								4								
OK 31	WEB-аналітика та SEO	8				3	90	48	24		24	42								4								
OK32	Маркетингове ціноутворення	8				6	180	60	24		36	120								5								
OK33	Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків		8			3	90	48	24		24	42								4								
OK34	Міждисциплінарний курсовий проєкт				8КП	3	90					90								КП								
OK 35	Навчальна практика		2,4			12	360					360		Н		Н												
OK 36	Виробнича практика		6,8			12	360					360					В			В								
OK 37	Атестаційний екзамен																			Е								
Всього обов'язкових компонентів		29	15	1	1	180	5400	1968	708	24	1236	3432	25	23	17	17	19	19	19	25								

2. Вибіркові компоненти освітньої програми																				
ДВЗ 1	Дисципліна 1		3		6	180	36	12		24	144			3						
ДВЗ 2	Дисципліна 2		3		6	180	36	12		24	144			3						
ДВЗ 3	Дисципліна 3		4		6	180	36	12		24	144				3					
ДВЗ 4	Дисципліна 4		4		6	180	36	12		24	144				3					
ДВЗ 5	Дисципліна 5		5		6	180	36	12		24	144					3				
ДВЗ 6	Дисципліна 6		5		6	180	36	12		24	144					3				
ДВЗ 7	Дисципліна 7		6		6	180	36	12		24	144						3			
ДВЗ 8	Дисципліна 8		6		6	180	36	12		24	144						3			
ДВЗ 9	Дисципліна 9		7		6	180	36	12		24	144							3		
ДВЗ 10	Дисципліна 10		7		6	180	36	12		24	144							3		
Всього вибіркових компонентів			10		60	1800	360	120		240	1440			6	6	6	6	6	6	
Разом освітніх компонентів		29	25	1	1	249	7470	2400	828	24	1548	5070	25	25	25	25	25	25	25	
Загальна кількість кредитів													30	30	30	30	30	30	30	30
Кількість годин на тиждень													25	25	25	25	25	25	25	25
Кількість екзаменів		29											3	4	4	4	3	3	4	
Кількість залків			29										5	3	3	3	5	4	3	
Кількість розрахункових робіт				1									1							
Кількість курсових робіт					2													1	1	

Схвалено Вченою радою ФУВД
протокол від " 16 " 06 20 23 р. № 12

Погоджено
проректор



Людишна ГАНУШАК-ЕФІМЕНКО

Директор НМЦУПФ

Декан факультету управління та бізнес-дизайну

Завідувач кафедри маркетингу
та комунікаційного дизайну
Гарант освітньої програми









Олена ГРИГОРЕВСЬКА

(ім'я та прізвище)

Олександра ОЛЬШАНСЬКА

(ім'я та прізвище)

Ігор ПОНОМАРЕНКО

(ім'я та прізвище)

Ігор ПОНОМАРЕНКО

(ім'я та прізвище)