

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

«Marketing»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету
інтелектуальних технологій і зв'язку
(Протокол від 25 березня 2025р. № 2)

Освітньо-професійна програма вводиться в
дію з 01 вересня 2025 р.
(Наказ від 25 березня 2025 р. № 01-02-50)

Ректор

Олександр НАЗАРЕНКО



ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
зі спеціальності D5 Маркетинг
за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

ВНЕСЕНО

Кафедрою менеджменту та маркетингу
Протокол від 14 лютого 2025 р. № 7

В.о. завідувача кафедри




Людмила ГАЛАН

Олена ЧУКУРНА

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету бізнесу та соціальних
комунікацій
«14» лютого 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Начальник відділу ліцензування
та акредитації
«19» лютого 2025 р.



Юлія ШТОВБА

РЕКОМЕНДОВАНО

до розгляду на Вченій раді Державного
університету інтелектуальних технологій і
зв'язку
рішенням навчально-методичної ради
(Протокол від 20 березня 2025 р. № 5)

Голова



Світлана ХАДЖИРАДСВА

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги з підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг, галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

1. Внесено: кафедрою менеджменту та маркетингу.

2. Розроблено робочою групою у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Чукурна Олена Павлівна, доктор економічних наук, професор, декан факультету бізнесу та соціальних комунікацій.

Члени робочої групи:

Безпарточний Максим Григорович, доктор економічних наук, професор, прпрофесор кафедри менеджменту та маркетингу;

Тардаскіна Тетяна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу;

Шкеда Олександр Олександрович, доктор філософії з менеджменту, старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу.

3. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів

Ільницький Денис – CEO компанії ТОВ «iSyb».

Зеркалова Ольга –маркетолог ТОВ «Південна телекомунікаційна компанія SONONET».

Задорожний Денис – Global Database Manager EMEA & US мультинаціональної телекомунікаційної компанії Wildix;

Федчик Олександр – директор ТОВ «Торговий дім ФОВЕТТА»

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено відповідно до:

Законів України: «Про освіту» (від 05 вересня 2017 року № 2145-VIII; в редакції від 04.12.2024 р. № 4113-IX); «Про вищу освіту» (від 01 липня 2014 року № 1556-VII; в редакції від 19.12.2024 р. № 4170-IX), «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015 року № 848-VIII (в редакції від 19.11.2024 р. № 4059-IX) та ін.

Постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» (від 30 грудня 2015 року № 1187; в редакції від

31.10.2023 р. № 1134); «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» (від 23 листопада 2011 року № 1341; в редакції від 05.06.2020 р. № 519); «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (від 30 серпня 2024 року № 1021) та ін.

Наказів Міністерства освіти і науки України: «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (від 15 травня 2024 р. № 686);

Листа Міністерства освіти і науки України про примірний зразок освітньо-професійної програми для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти (від 28 квітня 2017 р. № 1/9-239).

Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 075 Маркетинг (затверджено та введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343).

Статуту Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку (затвердженого наказом МОН від 20 листопада 2023 № 1433) та інших нормативних документів ДУІТЗ (<https://new.suitt.edu.ua/polozhennia>).

**1. Профіль освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
за спеціальності D 5 Маркетинг**

1.1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку Кафедра менеджменту та маркетингу
Ступінь вищої освіти назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, строк навчання – 3 роки 10 місяців.
Форма навчання	Очна (денна), заочна
Наявність акредитації	Не акредитована (акредитація запланована в період 2025/2026 н.р.)
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, EQF-LLL – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти, освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра, освітнього ступеня бакалавра
Додаткові умови до вступу	Немає
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До завершення повного циклу навчання
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програм	https://suitt.edu.ua/

2 - Мета освітньої програми

Мета освітньої програми (ОП) – формування та розвиток у здобувачів вищої освіти системи професійних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення завдань маркетингової діяльності, з використанням сучасних цифрових

маркетингових інструментів, інформаційно-комунікаційних технологій та сучасних універсальних і спеціалізованих інформаційних систем та сервісів, необхідних для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень

3 -Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність D5 Маркетинг <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	<i>Освітньо-професійна програма.</i> Орієнтована на формування у здобувачів вищої освіти знання основ системи управлінської діяльності, вмінь і навичок організації діяльності суб'єктів господарювання; ціннісного ставлення до професійної діяльності та досвіду її реалізації на практиці; здатності результативно діяти, ефективно розв'язувати стандартні та проблемні професійні задачі.
Основний фокус освітньої програми й спеціалізації	Фокус освітньої програми складає система наступних пріоритетів: - фундаментальна теоретична та практична підготовка із гуманітарних, загальноекономічних, фахових дисциплін; - поглиблене вивчення інноваційних, інформаційних та цифрових методів та інструментів маркетингу, інформаційно-комунікаційних технологій.

	<i>Ключові слова:</i> маркетингова діяльність, цифровий маркетинг, інформаційні інструменти в маркетингу, цифрові методи в маркетингу.
Особливості програми	Здобувачі вищої освіти за цією освітньою програмою мають можливість: - брати участь в спільних маркетингових програмах прикладного характеру на базах практики в ІТ-компаніях, операторів зв'язку та підприємств інших секторів економіки; - брати участь в програмах міжнародної академічної мобільності, в тому числі, участь в сумісних маркетингових дослідженнях; - набути практичні знання в предметній галузі в частині використання інструментарію проведення маркетингових досліджень із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, а також використання інноваційних комунікаційних та цифрових технологій маркетингової діяльності та інструментів цифрового маркетингу.
4 - Придатність випускників до працевлаштування й подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник освітнього рівня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця та займати посади, пов'язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, в наступних розділах підприємства та відділах: маркетингу; постачання; збуту; маркетингових досліджень; міжнародних зв'язків; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, управління фахівцями нижчого посадового рівня. Відповідно до Національного Класифікатора професій ДК003:2010, із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 р. № 259, випускники спеціальності D5 «Маркетинг» можуть займати наступні посади: КП 1233 ЗКППТР 21407 Директор комерційний; КП 233 ЗКППТР 24028 Начальник відділу збуту (маркетингу); КП 1233 ЗКППТР 23842 Начальник комерційного відділу; КП 3415 ЗКППТР Агент торговельний; КП 4131 ЗКППТР 20031 Агент з постачання; КП 3415 ЗКППТР 20004 Агент комерційний.

	Права випускників на працевлаштування не обмежуються
Подальше навчання	Можливість продовження навчання за програмою другого (магістерський) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання й оцінювання	
Викладання й навчання	Студентоцентроване, проблемно зорієнтоване навчання і самонавчання, комунікативно-діяльнісний та технологічний підходи; інноваційні, інтерактивні, пошукові, творчі, проблемні методи навчання; методи самонавчання тощо. Викладання проводиться у таких формах: лекції, практичні та семінарські заняття, тренінгова підготовка та бізнес-симуляція; курсові роботи та індивідуальні завдання; практика; виконання кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Оцінювання результатів навчання відбувається за результатами поточного (на заняттях) та підсумкового (заліки, екзамени, проходження практики) контролю. Застосовується 100-бальна шкала оцінювання, а також національна система (відмінно, добре, задовільно, незадовільно) та система ECTS (A, B, C, D, E, F, FX). Оцінюються усні виступи, доповіді, презентаційні демонстрації, вирішення практичних завдань і тестів, моделювання ситуацій, письмові й реферативні роботи. Підсумкове оцінювання – публічний захист кваліфікаційної роботи.
6 - Програмні компетентності (ПК)	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК-2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

	ЗК-3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК-4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК-5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК-6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК-7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК-8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК-9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК-10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК-11. Здатність працювати в команді. ЗК-12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК-13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК-14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК-15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК-1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані (фахові) знання предметної області маркетингу. СК-2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК-3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК-4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК-5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК-6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК-7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК-8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК-9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

	СК-10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК-11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК-12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК-13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК-14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
--	--

7 – Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН-1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- ПРН-2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН-4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН-5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН-6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН-7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН-8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН-9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН-10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН-11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН-12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН-13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН-14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН-15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН-16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН-17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН-18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення ОП складається з науково-педагогічних працівників, які мають кваліфікацію відповідно до спеціальності, працюють в ДУІТЗ за основним місцем роботи, мають стаж науково-педагогічної роботи понад два роки, високий рівень наукової та професійної активності. Основний склад викладачів має відповідну професійну компетентність і досвід у галузі викладання, досліджень та педагогічної діяльності, бере участь у міжнародних проєктах, грантах та міжнародній практиці. Практико-орієнтований характер ОП передбачає широку участь фахівців-практиків, що відповідає напряду програми. Викладацький склад, який забезпечує виконання ОП, відповідає вимогам, визначених Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти. На кафедрі менеджменту та маркетингу працюють штатні викладачі, з яких доктори наук та/або професори та кандидати наук, доценти. Інші кафедри, задіяні до підготовки фахівців за ОП, також мають висококваліфіковані кадри.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів відповідає нормативам ліцензійних вимог. Забезпеченість здобувачів вищої освіти гуртожитком 100%. Соціальна-побутова інфраструктура: бібліотека, зокрема і читальна зала; два пункти харчування; актовa зала; спортивна зала. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями, лабораторіями,

	обладнанням, устаткуванням наявні в достатній кількості, що необхідно для виконання навчальних планів.
Інформаційне й навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний і змістовний контент. Інформаційне забезпечення освітньої програми здійснюється бібліотекою, репозитарієм та онлайн ресурсами (https://suitt.edu.ua/library; https://suitt.edu.ua/naukometrichni-bazi-danih; https://metod.suitt.edu.ua). Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та іноземними періодичними фаховими виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді є достатньою для ефективної реалізації освітньої програми. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю. Наявність офіційного веб-сайту Університету (https://suitt.edu.ua), на якому розміщено основну інформацію про його діяльність (структура; ліцензії; сертифікати про акредитацію; освітня, наукова, міжнародна, організаційна діяльність; структурні підрозділи та їх склад; правила прийому, контактна інформація і т. ін.). Наявність в Університеті електронного ресурсу, що містить 100% навчально-методичних матеріалів з дисциплін навчального плану освітньо-професійної програми. Наявність авторських розробок науково-педагогічних працівників, які долучені до групи забезпечення освітньо-професійної програми. Навчально-методичне забезпечення освітньо-професійної програми складається з: навчального плану, силабусів навчальних дисциплін, робочих програм навчальних дисциплін; навчально-методичних матеріалів до навчальних дисциплін; програми та методичних матеріалів до практичної підготовки, методичні матеріали до виконання кваліфікаційних робіт.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	У межах реалізації освітньо-професійної програми здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг надається можливість скористатися освітніми пропозиціями вітчизняних Університетів-партнерів, з якими ДУІТЗ підписано відповідні меморандуми та угоди про академічну мобільність. Визначення результатів навчання за програмами кредитної мобільності здійснюється на основі узгоджених з

	Університетами-партнерами навчальних планів та/або їх окремих частин (кредитних модулів, навчальних дисциплін) та на основі Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність здійснюється відповідно до нормативно-правових документів з цієї діяльності з міжнародними Університетами-партнерами та стейкхолдерами програм технічної допомоги Україні, наказів ректора тощо, за такими напрямками: програми обміну, подвійного диплому, стипендіальні програми, програми стажування (практики), та ін.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Прийом на навчання іноземних здобувачів здійснюється за «Правилами прийому на навчання для здобуття вищої освіти в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку» https://suitt.edu.ua/pravy-la-pryjomu .



2. Перелік компонент освітньо-професійної програми

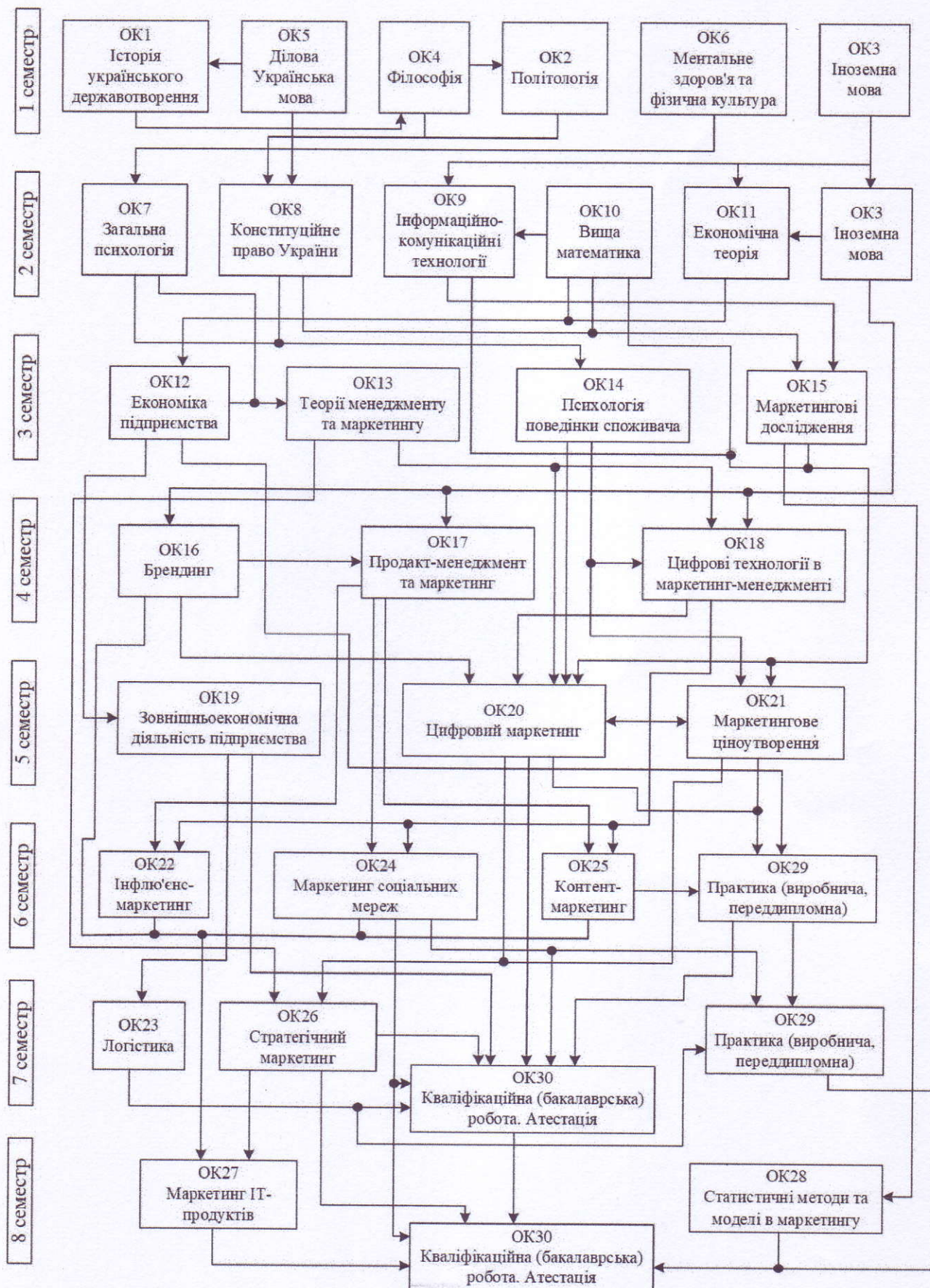
«Маркетинг» та їх логічна послідовність

2.1. Перелік освітніх компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ (ОК)			
ОК-1	Історія українського державотворення	4	екзамен
ОК-2	Політологія	6	залік
ОК-3	Іноземна мова	8	залік
ОК-4	Філософія	4	екзамен
ОК-5	Ділова українська мова	6	залік
ОК-6	Ментальне здоров'я та фізична культура	6	залік
ОК-7	Загальна психологія	6	екзамен
ОК-8	Конституційне право України	6	екзамен
ОК-9	Інформаційно-комунікаційні технології	6	екзамен
ОК-10	Вища математика	4	екзамен
ОК-11	Економічна теорія	4	екзамен
ОК-12	Економіка підприємства	6	екзамен
ОК-13	Теорії менеджменту та маркетингу	4	екзамен
ОК-14	Психологія поведінки споживача	4	екзамен
ОК-15	Маркетингові дослідження	4	екзамен КР
ОК-16	Брендинг	6	екзамен
ОК-17	Продакт-менеджмент та маркетинг	6	екзамен, КР
ОК-18	Цифрові технології в Маркетинг-менеджменті	6	екзамен
ОК-19	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	6	екзамен
ОК-20	Цифровий маркетинг	6	екзамен
ОК-21	Маркетингове ціноутворення	6	екзамен
ОК-22	Інфлю'єнс-маркетинг	5	екзамен, КР
ОК-23	Логістика	6	екзамен
ОК-24	Маркетинг соціальних мереж	5	екзамен
ОК-25	Контент-маркетинг	5	екзамен
ОК-26	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОК-27	Маркетинг ІТ-продуктів	6	екзамен
ОК-28	Статистичні методи та моделі в маркетингу	6	екзамен
ОК-29	Практика (виробнича, переддипломна)	12	залік
ОК-30	Кваліфікаційна (бакалаврська) робота . Атестація	15	публічний захист
Загальний обсяг Обов'язкових компонент		180 кредитів ЄКТС 5400 акад. год.	25 екзаменів 4 заліка 3 КР
Загальний обсяг Вибіркових компонентів (60 кредитів ЄКТС, з них: 10 кредитів ЄКТС – обов'язкова вибіркова дисципліна «Базова загальноосвітня підготовка (БЗВП)»)		60 кредитів ЄКТС 1800 акад. год.	0 екзаменів 10 заліків
Усього:		240 кредитів ЄКТС 7200 акад. год.	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Складові програми	Таймінг навчання протягом 3 років 10 місяців (за семестрами)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Обов'язкові та вибіркові компоненти теоретичної підготовки	ОК 1 /4 ОК 2 /6 ОК 3 /4 ОК 4 /4 ОК 5 /6 ОК 6/6	ОК 3 /4 ОК 7 /6 ОК 8 /6 ОК 9 /6 ОК 10/4 ОК 11/4	ОК 12/6 ОК 13/4 ОК 14/4 ОК 15/4	ОК 16/6 ОК 17/6 ОК 18/6	ОК 19/6 ОК 20/6 ОК 21/6	ОК 22/6 ОК 24/6 ОК 25/9	ОК 23/6 ОК 26/6 ОК 29/9	ОК 27/6 ОК 28/6
			ВК1 /6 ВК2 /6	ВК3.1/3 ВК3.1/7 ВК 4/2	ВК5 /6 ВК6 /6	ВК7 /6 ВК8 /6	ВК9 /6	ВК10 /6
Практична підготовка						ОК 29/3	ОК 29/9	
Кваліфікаційна робота Атестація							ОК 30/3	ОК 30/12
Кількість кредитів ЄКТС	30	30	30	30	30	30	30	30



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документів встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра з присвоєнням освітньої кваліфікації: бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Вимоги до кваліфікаційно (бакалаврської) роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозиторії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Стан готовності кваліфікаційної роботи здобувача визначається науковим керівником. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання здобувачем індивідуального навчального плану. До захисту допускаються кваліфікаційні роботи, виконані здобувачем самостійно з дотриманням принципів академічної доброчесності. Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат.

Паперова та електронна версії кваліфікаційної роботи зберігається протягом 5 років. Установлення відповідності засвоєних компетентностей здобувачем першого (бакалаврського) рівня вищої освіти вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, відбувається через підсумкову атестацію, яка здійснюється публічно на засіданні екзаменаційної комісії.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	Загальні компетентності (ЗК)																Спеціальні (фахові) компетентності (СК)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
OK1					1						1																			
OK2	+	+																												
OK3										+			+																	
OK4		+	+																											
OK5				+								+																		
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	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

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

	Програмні результати навчання (ПРН)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
OK1												+	+	+				
OK2															+			+
OK3										+							+	
OK4											+				+			+
OK5											+					+	+	
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	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6. Характеристика системи внутрішнього забезпечення якості підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Принципи та процедури забезпечення якості підготовки здобувачів першого (бакалаврський) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності D5 Маркетинг, галузі знань D Бізнес, адміністрування та право відповідають вимогам положень «Про внутрішнє забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку», «Про організацію освітнього процесу в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку», «Про оцінювання знань здобувачів вищої освіти в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку», «Про забезпечення академічної доброчесності та етики в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку», контролюються структурними підрозділами ДУІТЗ (деканат, кафедра, лабораторія якості, навчально-методичний відділ) та відповідними колегіальними органами ДУІТЗ, зокрема: вчена рада, навчально-методична рада, комісія з питань етики та академічної доброчесності.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» (далі – ОПП) передбачає такі процедури і заходи:

Моніторинг та періодичний перегляд освітньої програми. Моніторинг ОПП здійснюється на підставі аналізу і порівняння результатів поточного та підсумкового оцінювання здобувачів вищої освіти, виконання ними навчальних завдань самостійної навчальної і науково-дослідної роботи. Коригування змісту робочих програм навчальних дисциплін, програм практик, завдань для самостійної роботи і питань, що виносяться на підсумкове оцінювання, здійснюється кафедрами щорічно. Результати самооцінювання ОПП обговорюються на засіданні випускової кафедри із запрошення стейкхолдерів та інших зацікавлених осіб. Перегляд ОПП проводиться щонайменше один раз протягом повного курсу навчання. Пропозиції щодо оновлення ОПП (об'єктивні зміни інфраструктурного, кадрового, інших ресурсних умов, перегляд навчального навантаження, кількості кредитів, змісту освітніх компонентів тощо) відображаються у документах відповідних структурних підрозділів і виносяться на розгляд вченої ради ДУІТЗ.

Оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних та педагогічних працівників ДУІТЗ та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті або на інформаційних стендах. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти за ОПП здійснюється за 100-бальною шкалою ЄКТС та національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, не зараховано). Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти включає поточний, підсумковий семестровий контроль та атестацію. Щорічно результати оцінювання якості навчання здобувачів вищої освіти обговорюються на засіданнях випускових кафедр, вченої ради ДУІТЗ та оприлюднюються на офіційному вебсайті ДУІТЗ.

Оцінювання науково-педагогічних та педагогічних працівників, які входять до групи забезпечення ОПП, здійснюють кафедри, лабораторія якості та

студентська рада через опитування/анкетування здобувачів вищої освіти, а також звітування викладачів за результатами навчальної, методичної, наукової та організаційної діяльності. Обговорення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних та педагогічних працівників відбувається на засіданні вченої ради ДУІТЗ.

Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників. Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, що забезпечують ОПП здійснюється відповідно до «Положення про порядок підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку». Основними видами підвищення кваліфікації є стажування, воркшопи, тренінги тощо. Контроль за впровадженням результатів підвищення кваліфікації в освітній процес здійснюється на рівні кафедр.

Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти, за освітньою програмою. Для реалізації ОПП розроблено навчально-методичні комплекси усіх обов'язкових та вибіркових компонентів освітньої програми, підготовлено методичні рекомендації з написання кваліфікаційної (бакалаврська) роботи, наскрізну програму практики, завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, які розміщені в системі Moodle на платформі e-Learning ДУІТЗ. Інформаційне забезпечення освітньої програми здійснюється бібліотекою, репозитарієм та онлайн ресурсами (<https://suitt.edu.ua/library>; <https://suitt.edu.ua/naukometrichni-bazi-danih> ; <https://metod.suitt.edu.ua>).

Публічність інформації про освітню програму, ступені освіти та кваліфікації. На офіційному веб-сайті ДУІТЗ (<https://suitt.edu.ua>) розміщено усю актуальну інформацію про ОПП, зокрема про право здійснювати освітню діяльність у сфері вищої освіти, інформація про освітню програму, навчальний план, силабуси, вимоги та програма вступних випробувань (<https://suitt.edu.ua/prohramy-vuprobuvan>), правила прийому іноземних громадян тощо.

Система академічної доброчесності, запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників ЗВО і здобувачів вищої освіти. Система академічної доброчесності ОПП ґрунтується на вимогах «Положення про забезпечення академічної доброчесності та етики в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку». Питання академічної доброчесності контролюються структурними підрозділами ДУІТЗ (деканат, кафедра, лабораторія якості, навчально-методичний відділ) та відповідними колегіальними органами ДУІТЗ, зокрема комісія з питань етики та академічної доброчесності. Діяльність комісії регламентована «Положення про комісію з питань етики та академічної доброчесності в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку».

7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01 липня 2014 року № 1556-VII (в редакції від 19.12.2024 р. № 4170-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
2. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015 року № 848-VIII (в редакції від 19.11.2024 р. № 4059-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>.
3. Закон України «Про освіту» від 05 вересня 2017 року № 2145-VIII (в редакції від 04.12.2024 р. № 4113-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
4. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Вимог до міждисциплінарних освітніх (наукових) програм» від 01.02.2021 № 128. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0454-21#Text>.
5. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 15 травня 2024 року № 686. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1013-24#Text>.
6. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 в редакції від 23.06.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>.
7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30 серпня 2024 року №1021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text>
8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» від 30 грудня 2015 року № 1187 (в редакції від 31.10.2023 р. № 1134). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
9. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23 листопада 2011 року № 1341 (в редакції від 25.06.2020 р. № 519). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>.
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 р. № 1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text>
11. Положення про організацію освітнього процесу в ДУІТЗ, введеного в дію наказом ректора від 13.07.2023 № 01-02-126 URL: <https://new.suitt.edu.ua/polozhennia>.
12. Положення про порядок організації вивчення вибіркових освітніх компонентів в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022 № ВР 01-02-126.

13. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022 № ВР 01-02-126.
14. Процедура з розроблення освітніх програм в ДУІТЗ (Протокол від 13.07.2022 №ВР 11). Введено в дію наказом ректора від 13.07.2022р. № ВР 01-02-126.
15. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) освітньо-професійного рівня вищої освіти, що затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Гарант освітньої програми



Олена ЧУКУРНА

