

Вченою Радою Державного університету
інтелектуальних технологій і зв'язку
протокол № 3 від 10.04 2026 р.



НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Д Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг
Маркетинг
Бакалавр з маркетингу

заочна
3 роки 10 місяців
2026 р.

[illegible]☐ Міжсесійний період

КР Кваліфікаційна робота

К Канікули

П Практика

ПРИМІТКА: Практика проводиться відповідно до положення про порядок проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти ДУІТЗ та за індивідуальним завданням на підставі наказу ректора

II План освітнього процесу заочної форми здобуття вищої освіти

№ з/п	КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	Семестровий контроль		Курсові роботи	Кредитів ЄКТС	Академічні години				Кількість аудиторних академічних годин по курсах та семестрах								
		екзаменів	заліків			Загальний обсяг	Аудиторні			Самостійні	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
							лекції	практичні	лабораторні		1	2	3	4	5	6	7	8
											Кількість навчальних тижнів у семестрі							
											17	17	17	17	17	17	17	17
ОК	ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ																	
ОК-1	Історія українського державотворення	1			4	120	8	16		96	4							
ОК-2	Політологія		1		6	180	20	16		144	6							
ОК-3	Іноземна мова		1-2		8	240		48		192	4	4						
ОК-4	Філософія	1			4	120	12	12		96	4							
ОК-5	Ділова українська мова		1		6	180		36		144	6							
ОК-6	Ментальне здоров'я та фізична культура		1		6	180		36		144	6							
ОК-7*	Тренінг: Стресостійкість	2			5	150	10	20		120		5						
ОК-8	Конституційне право України	2			6	180	20	16		144		6						
ОК-9	Інформаційно-комунікаційні технології	2			6	180	20	16		144		6						
ОК-10	Вища математика	2			4	120	8	16		96		4						
ОК-11	Економічна теорія	2			5	150	8	16		126		5						
ОК-12	Економіка підприємства	3			6	180	16	20		144			6					
ОК-13	Теорії менеджменту та маркетингу	3			4	120	8	16		96			4					
ОК-14	Психологія поведінки споживача	3			4	120	8	16		96			4					
ОК-15	Маркетингові дослідження	3		КР	4	120	8	16		96			4					
ОК-16	Брендинг	4			6	180	20	16		144				6				
ОК-17	Продакт-менеджмент та маркетинг	4		КР	6	180	20	16		144				6				
ОК-18	Цифрові технології в маркетинг-менеджменті	4			6	180	16	20		144				6				
ОК-19	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	5			6	180	16	20		144					6			
ОК-20	Цифровий маркетинг	5			6	180	16	20		144					6			
ОК-21	Маркетингове ціноутворення	5			6	180	16	20		144					6			
ОК-22	Інфлю'єнс-маркетинг	6		КР	5	150	10	20		120						5		
ОК-23	Логістика	7			6	180	20	16		144							6	
ОК-24	Маркетинг соціальних мереж	6			5	150	14	16		120						5		

OK-25	Контент-маркетинг	6			5	150	14	16		120						5		
OK-26	Стратегічний маркетинг	7			6	180	16	20		144							6	
OK-27	Маркетинг ІТ-продуктів	8			6	180	16	20		144								6
OK-28	Економіко-статистичні методи та моделі в маркетингу	8			6	180	16	20		144								6
OK-29	Практика (виробнича)		6-7		12	360				360						3	9	
OK-30	Кваліфікаційна (бакалаврська) робота, атестація	7-8			15	450				450							3	12
	Всього за ОК	26	7	3	180	5400	356	556	0	4488	30	30	18	18	18	18	24	24
ВК	ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ																	
ВК-1			3		6	180	16	20		144			6					
ВК-2			3		6	180	16	20		144			6					
ВК-3			4		6	180	16	20		144				6				
ВК-4			4		6	180	16	20		144				6				
ВК-5			5		6	180	16	20		144					6			
ВК-6			5		6	180	16	20		144					6			
ВК-7			6		6	180	16	20		144						6		
ВК-8			6		6	180	16	20		144						6		
ВК-9			7		6	180	16	20		144							6	
ВК-10			8		6	180	16	20		144								6
	Всього за ВК		8		60	1800	160	200	0	1440	0	0	12	12	12	12	6	6
	ВСЬОГО	26	15	3	240	7200	516	756	0	5928	30	30	30	30	30	30	30	30

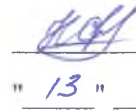
ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчальної роботи

 Світлана ХАДЖИРАДЕВА
" 08 " 04 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

Начальник навчального відділу

 Світлана КІЙКО
" 13 " 03 2026 р.

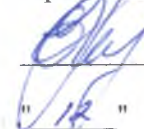
ПОГОДЖЕНО

Декан факультету БСК

 Олена ЧУКУРНА
" 15 " 03 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

гарант ОІП

 Олена ЧУКУРНА
" 12 " 03 2026 р.