

"KYIV UNIVERSITY OF MARKET RELATIONS"



«МАРКЕТИНГ»

«MARKETING»

Рівень освіти:	першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Галузь знань:	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність:	D5 «Маркетинг»
Кваліфікація:	Бакалавр маркетингу

Вченою радою ВНЗ "Київський
університет ринкових відносин"
протокол № 10 від 19 05 2025 року

Вводиться в дію з 01 вересня 2025 р.

Київ – 2025

Рецензія

на освітньо-професійну програму
«Маркетинг»
підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр»
за спеціальністю
D5 «Маркетинг»
галузі знань D Бізнес-адміністрування та право
Вищого навчального закладу «Київський університет ринкових відносин»

Освітньо-професійна програма (ОПП) «Маркетинг» першого рівня вищої освіти розроблена робочою групою кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». Зміст освітньо-професійної програми є актуальним та затребуваним в умовах сучасної економіки, що характеризується високою конкуренцією, швидкими змінами ринкової кон'юнктури та необхідністю гнучкого реагування на споживчі запити. Програма спрямована на формування у здобувачів глибоких теоретичних знань та практичних навичок в галузі маркетингової діяльності.

Зміст програми охоплює широке коло дисциплін, які забезпечують комплексну підготовку майбутніх фахівців з маркетингу: від фундаментальних економічних знань до прикладних інструментів маркетингового аналізу, досліджень ринку, цифрового маркетингу, брендингу, комунікацій та стратегічного планування. Особлива увага приділена розвитку аналітичного мислення, креативності, здатності до прийняття управлінських рішень та адаптації до змін зовнішнього середовища.

Програма відповідає вимогам стандартів вищої освіти, має чітку структуру, інтегрує інноваційні підходи до організації навчального процесу, зокрема використання сучасних інформаційних технологій, практико-орієнтованого підходу, кейс-методів та проектного навчання. До розроблення та реалізації програми залучені висококваліфіковані науково-педагогічні

працівники та представники бізнес-середовища, що підвищує її практичну спрямованість і відповідність актуальним потребам ринку праці.

Також варто відзначити наявність можливостей для проходження стажування, участі студентів у наукових дослідженнях, професійних конкурсах, що сприяє всебічному розвитку здобувачів освіти та їхній інтеграції в професійне середовище.

Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» повністю відповідає сучасним освітнім та ринковим вимогам, забезпечує якісну підготовку бакалаврів, здатних до успішної реалізації у професійній діяльності в різних секторах економіки.

Рецензент:

Генеральний директор ПФ «АНЖІО»



Олексій ЖАРКОВ

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
бакалаврського ступеню першого рівня вищої освіти

Одним із ключових пріоритетів освітньої політики України є узгодження змісту та структури вищої освіти з потребами ринку праці. Реалізація підходу, орієнтованого на компетентності здобувачів вищої освіти, визначає необхідність розробки освітньо-професійних програм згідно встановлених стандартом вищої освіти загальних та спеціальних (фахових) компетентностей.

Головна мета освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців з маркетингу відповідно до запитів сучасного суспільства, конкурентоспроможних на ринку праці, які володіють інноваційним мисленням, спеціальними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Слід зазначити, що особливостями ОПП «Маркетинг», що розроблена у Вищому навчальному закладі «Київський університет ринкових відносин», є поєднання класичних та інноваційних методів навчання, можливість реалізації здобувачем вищої освіти індивідуальної траєкторії навчання: урахування досвіду провідних українських та зарубіжних університетів-партнерів. Завдяки цьому досягається інтеграція очікувань ділового світу в процес навчання та приведення програмних результатів навчання студентів у відповідність до чинних потреб ринку праці.

ОПП «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» розроблена у відповідності до Закону України «Про вищу освіту», містить мету, фокус, орієнтацію, особливості програми, можливості працевлаштування та продовження освіти випускниками, методи та підходи до навчання. В ній враховано всі компетентності та програмні результати навчання, які передбачено Стандартом вищої освіти. Заслужовує на увагу той факт, що проектною групою включено до освітньої програми додаткові фахові компетентності та відповідні результати навчання, які відповідають запитам роботодавців та є досить актуальними для підготовки конкурентоспроможного фахівця з маркетингу.

В освітньо-професійній програмі ретельно описано ресурсне забезпечення реалізації її, представлено каталог компонентів, що забезпечують досягнення цілі програми.

Таким чином, представлена для рецензування ОПП «Маркетинг» заслуговує позитивної оцінки та може бути рекомендована для підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» бакалаврського ступеню першого рівня вищої освіти.

Професор кафедри товарознавства та
комерційної діяльності у будівництві
Київського національного університету
будівництва і архітектури,
доктор економічних наук

Підпис *Дименко*

ЗАСВІДЧУЮ

Начальник відділу

25.06.2025



Руслан ДИМЕНКО

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО проєктною групою у складі:

1. Анна КУЛІК – керівник проєктної групи, завідувач кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.
2. Олександр ЧОБОТЮК – доцент кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.
3. Антоніна САМОЙЛЕНКО – доцент кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, кандидат технічних наук, доцент.

Роботодавці та/або представники професійної, академічної спільноти:

Олексій ЖАРКОВ генеральний директор приватної фірми «Анжіо»;

Руслан ДИМЕНКО професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності у будівництві Київського національного університету будівництва і архітектури, доктор економічних наук

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вищий навчальний заклад «Київський університет ринкових відносин» у формі товариства з обмеженою відповідальністю, факультет бізнес-адміністрування та права, кафедра менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
Наявність акредитації	Сертифікат НІ №1191093 від 30.08.2017р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, QF-LLL – 6 рівень
Передумови	Атестат про повну середню освіту або диплом молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра) за спеціальністю. Умови вступу визначаються «Правилами прийому на навчання для здобуття вищої освіти у ВНЗ «Київський університет ринкових відносин»», затвердженими Вченою радою: http://kumr.edu.ua/abituriyentu/pravy-la-pryjomu-universytet/
Мова викладання	українська

Термін дії освітньо-професійної програми	До 1 липня 2029р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kumr.edu.ua/osvitno-profesijni-programy/
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців для цілеспрямованої діяльності у різних галузях з метою формування маркетингових навичок і здібностей шляхом володіння базовими принципами маркетингу, вивчення нових інструментів маркетингу, розробки стратегії маркетингу, підвищення уваги до продукту за допомогою різних маркетингових інструментів, підвищення продажів шляхом використання різних маркетингових каналів та промо-акцій, підвищення лояльності клієнтів, підвищення свідомості про бренд, а також розв'язанню актуальних проблем маркетингової діяльності.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<u>Об'єкти професійної діяльності випускників:</u> – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <u>Цілі навчання</u> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <u>Теоретичний зміст предметної області</u> – 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, дослідження ринку та його суб'єктів, зміст маркетингової діяльності, зокрема товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик. <u>Методи, методики та технології:</u> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <u>Інструменти та обладнання:</u> сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для прийняття управлінських маркетингових рішень.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма для здобувачів першого (бакалаврського) рівня передбачає поєднання теоретичного навчання з практичним досвідом, що

	дозволяє студентам розуміти, як застосовувати отримані знання у реальному житті. Основою програми є концептуальні теоретичні засади провідних наукових шкіл, які дають студентам можливість зрозуміти головні тенденції та напрями розвитку маркетингу. Окрім теоретичного навчання, студенти отримують практичний досвід у сфері маркетингової діяльності, що дозволяє сформувати актуальні на ринку праці компетентності у фахівця, які в своєму синергетичному поєднанні аналітичного, критичного, креативного мислення, забезпечують можливість побудови ефективної професійної кар'єри.
Особливості програми	Поглиблене вивчення сучасних прикладних концепцій маркетингу, які забезпечують реальне вирішення проблем бізнесу. Володіння інструментами організації, аналізу, планування, інноваційними і цифровими технологіями для успішного ведення бізнесу. Розвиток та реалізація особистісного потенціалу студентів з найвищими загальнолюдськими цінностями творчих та гуманістичних здібностей. Залучення практиків до навчального процесу. Врахування досвіду провідних ЗВО України та кращих іноземних освітніх програм в сфері маркетингу при формуванні освітніх компонентів Мінімум 75% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю визначеною стандартом вищої освіти.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівець може займати первинні посади (за ДК 003:2010), випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням - 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; - 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; - 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю; - 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; - 2419.2 Консультант з маркетингу; - 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; - 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; - 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту

	(маркетолог).
Подальше навчання	Навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<i>Методи навчання:</i> - активні (проведення практичних занять, тренінгів, майстер-класів, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та навчальних дискусій на задану тематику, аналіз конкретних ситуацій; проблемні, інтерактивні, проектні, ділові ігри; робота в малих групах; дискусії; завдання творчого характеру із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проектів, «мозкового штурму» та генерації ідей; практика на підприємствах та організаціях); - пасивні (проведення лекцій, самостійна робота на основі підручників, методичних рекомендацій, конспектів, додаткової літератури, індивідуальна дослідно-аналітична діяльність здобувачів вищої освіти щодо виконання презентацій, рефератів, тестових, розрахунково-аналітичних та ситуаційних завдань); - активно-пасивні (консультації із викладачами, підготовка та публікація наукових статей, тез доповідей, написання та захист курсових робіт, проведення виробничої практики) <i>Технології навчання:</i> в освітньому процесі використовуються елементи дистанційного навчання на платформі Google classroom (з наданням доступу здобувачам вищої освіти), Zoom, Google Meet, які мають великі можливості для самонавчання здобувачів вищої освіти. Підходи, що використовуються у процесі навчання – викладання та навчання за програмою ґрунтується на застосуванні студентоцентрованого, компетентнісного, методологічного підходів навчання.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою: - «відмінно», - «добре», - «задовільно», - «незадовільно» - вербальною («зараховано», «не зараховано») системами. Види контролю: - поточний,

	- тематичний, - періодичний, - підсумковий, - самоконтроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання в тому числі комп'ютерне тестування, презентації, захист курсових робіт та проектів, звітів з практик, комплексний кваліфікаційний екзамен.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна Компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших

	професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Навички і уміння, необхідні для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.
Фахові компетентності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7 - Програмні результати навчання

Програмні результати навчання (ПР)	ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
---	--

	ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПР19. Застосовувати навички і уміння, необхідних для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Гарант ОП «Маркетинг», науково-педагогічні працівники кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, а також інших кафедр університету, які забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються та мають підтверджений рівень наукової і професійної активності. У процесі організації освітнього процесу залучаються професіонали-практики з досвідом роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі, зокрема: навчальний корпус; тематичні кабінети; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивні майданчики. Матеріально-технічне забезпечення дозволяє

	організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на належному науково-методичному рівні. Для проведення лекційних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні аудиторії обладнані комп'ютерною технікою. При проведенні практичних занять використовуються інформаційні системи та програмні продукти, які застосовуються в маркетингу.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Бібліотека університету має достатній бібліотечний фонд та електронну базу джерел. Офіційний веб-сайт містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову, виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Усі навчально-методичні матеріали доступні для здобувачів у читальному залі наукової бібліотеки. Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Крім того, інформаційна підтримка кожного здобувача освіти забезпечується вільним доступом до віртуального навчального середовища Google classroom (з наданням доступу здобувачам вищої освіти); університетського репозитарію.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Реалізується відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням університету. Перерахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом.
Міжнародна кредитна мобільність	Положенням університету не передбачена можливість міжнародної кредитної мобільності
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент ОП

Код н\д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Загальні компоненти освітньої програми			
ЗК 1	Філософія	3,0	Екзамен
ЗК 2	Історія України	3,0	Екзамен
ЗК 3	Історія української культури	3,0	Залік
ЗК 4	Українська мова (за професійним спрямуванням)	5,0	Екзамен
ЗК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	12,0	Залік Екзамен Залік Екзамен
ЗК 6	Фізичне виховання *		
ЗК 7	Історія економіки та економічної думки	5,0	Екзамен
ЗК 8	Вища математика	7,0	Залік Екзамен
ЗК 9	Теорія ймовірностей і математична статистика	3,0	Екзамен
ЗК 10	Оптимізаційні методи та моделі	4,0	Екзамен
ЗК 11	Економетрика	3,0	Екзамен
ЗК 12	Інформатика	6,0	Екзамен
ЗК 13	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки	3,0	Залік
ЗК 14	Безпека життєдіяльності	3,0	Залік
Загальний обсяг компонент		60	
Спеціальні (фахові) компоненти освітньої програми			
СК 1	Політекономія	6,0	Залік Екзамен
СК 2	Мікроекономіка	4,0	Екзамен
СК 3	Макроекономіка	4,0	Екзамен
СК 4	Економіка підприємства	4,0	Екзамен
СК 5	Менеджмент	5,0	Екзамен
СК 6	Маркетинг	7,0	Екзамен
СК 7	Гроші і кредит	4,0	Екзамен
СК 8	Фінанси	4,0	Екзамен
СК 9	Бухгалтерський облік	4,0	Екзамен
СК 10	Економіка праці та соціально-трудові відносини	4,0	Екзамен
СК 11	Міжнародна економіка	4,0	Екзамен
СК 12	Статистика	4,0	Екзамен
СК 13	Правознавство	4,0	Залік
СК 14	Регіональна економіка	4,0	Залік

СК 15	Стратегічне управління	4,0	Екзамен
СК 16	Поведінка споживача	5,0	Екзамен
СК 17	Логістика	6,0	Екзамен
СК 18	Маркетингова товарна політика	4,0	Екзамен
СК 19	Маркетинг промислового підприємства	4,0	Екзамен
СК 20	Маркетингова цінова політика	4,0	Екзамен
СК 21	Маркетинг послуг	4,0	Екзамен
СК 22	Маркетингові дослідження	4,0	Екзамен
СК 23	Теорія економічної конкуренції	4,0	Залік
СК 24	Маркетингові комунікації	5,0	Екзамен
СК 25	Світовий ринок товарів і послуг	4,0	Екзамен
СК 26	Основи охорони праці	3,0	Залік
СК 27	Виробнича практика	7,0	Залік
Загальний обсяг спеціальних (фахових) компонент		120	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК	Дисципліни вибіркової компоненти	60	Залік
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

Здобувач вищої освіти самостійно обирає дисципліни вибіркової компоненти з загально університетського каталогу вибірових дисциплін на офіційному сайті http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/Katalog_vybirkovyh_dystsyplin_2025_2026.pdf

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Цикл	I курс		II курс		III курс		IV курс	
	I семестр	II семестр	III семестр	IV семестр	V семестр	VI семестр	VII семестр	VIII семестр
Загальної підготовки		Філософія (3)						
	Історія України (3)	Історія української культури (3)						
	Українська мова (за професійним навчанням) (5)							
	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (3)							
		Історія економіки та економічної думки (5)						
	Вища математика (4) (3)		Теорія ймовірностей і математична статистика (3)	Оптимізаційні методи та моделі (4)	Економетрика (3)			
	Інформатика (6)			Статистика (4)				
		Безпека життєдіяльності (3)	Теоретична підготовка базової загальнонавчальної підготовки (3)					
			Дисципліни вільного вибору (7)		Дисципліни вільного вибору (7)		Дисципліни вільного вибору (7) Дисципліни вільного вибору (7)	
Професійної підготовки	Політекономія (3) (3)			Регіональна економіка (4)	Міжнародна економіка (4)		Світовий ринок товарів та послуг (4)	
		Мікроекономіка (4)	Макроекономіка (3)					
			Економіка підприємства (4)	Бухгалтерський облік (4)	Економіка праці та соціально-			

					трудові відносини (4) Гроші і кредит (4) Фінанси (4)			
			Маркетинг (7)			Поведінка споживача (5) Маркетингова цінова політика (4) Маркетинг послуг (4) Маркетингові дослідження (4)	Логістика (6) Маркетинг промислового підприємства (4)	Маркетингова товарна політика (4) Маркетингові комунікації (5)
	Правознавство (4)							
				Менеджмент (5) Теорія економічної конкуренції (4)			Стратегічне управління (4)	
								Основи охорони праці (3)
				Дисципліни вільного вибору (8)		Дисципліни вільного вибору (8)		Дисципліни вільного вибору (8) Дисципліни вільного вибору (8)
								Виробнича практика (7)
								Комплексний кваліфікаційний екзаме

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти освітньої програми

Атестаційні екзамени передбачають оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань – D «Бізнес, адміністрування, право» D5 – Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У закладі вищої освіти повинна функціонувати система забезпечення ним якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на його офіційному веб-сайті, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

Матриця відповідності компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності				
ЗК 1				АВ2
ЗК 2				АВ2
ЗК 3		УМ1	К1	
ЗК 4	ЗН1	УМ1		
ЗК 5			К2	АВ1
ЗК 6	ЗН2	УМ1		
ЗК 7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК 8		УМ1		
ЗК 9				
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14	ЗН1	УМ1		АВ2
ЗК 15		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності				
ФК 1	ЗН1		К1	
ФК 2	ЗН2	УМ1	К1	
ФК 3		УМ1	К1	
ФК 4	ЗН2		К1	АВ2
ФК 5	ЗН2	УМ1		
ФК 6	ЗН2	УМ1	К1	
ФК 7	ЗН2	УМ1	К1	
ФК 8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ФК 9	ЗН1		К1	
ФК10	ЗН2	УМ1		
ФК11	ЗН2	УМ1	К1	
ФК12		УМ1	К2	АВ1
ФК13		УМ1	К1	АВ1
ФК14		УМ1	К1	АВ1

Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей (6-й рівень, бакалаврський)

[illegible]

**Матриця забезпечення компетентностей відповідними компонентами освітньо-професійної програми
«Маркетинг»**

Компонент -носії	Компоненти освітньої програми																																												
	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15	СК16	СК17	СК18	СК19	СК20	СК21	СК22	СК23	СК24	СК25	СК26	СК27				
ЗК1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК2		+	+	+							+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК3	+	+			+					+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК4	+		+			+		+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК5	+					+								+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК6			+																						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК7						+				+					+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК8	+				+					+			+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК9					+			+		+								+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК10																	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК11					+			+								+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК12					+	+		+					+					+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК13		+				+		+	+							+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК14	+		+										+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК15	+																	+																											
ФК1			+											+		+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК2				+										+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК3		+										+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК4														+		+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК5			+												+		+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК6													+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК7											+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК8				+		+		+			+				+		+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК9									+	+						+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ДК10										+						+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ДК11					+			+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ДК12				+			+						+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ДК13					+	+							+			+	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ДК14							+									+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньо-професійної програми «Маркетинг»

[illegible]

5. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

1. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти затверджений наказом МОН №1343 від 05.12.2018 р.
2. Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII «Про вищу освіту» [Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>];
3. Закон України від 05.09.2017 р. «Про освіту» - [Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>];
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 р. №266 [Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>];
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 [Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.Ua/laws/show/l_187-2015-n/page]
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. №1341 [Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>];
6. Національний класифікатор України: «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009: 2010 [Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>];
7. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003: 2010ДК 003:2010 [Режим доступу: <http://www.dk003.com>];

Інші рекомендовані джерела

1. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ESG_2015.pdf];
2. International Standard Classification of Education (ISCED 2011): UNESCO Institute for Statistics [Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>];
3. ISCED Fields of Education and Training 2013 (ISCED-F 2013): UNESCO Institute for Statistics [Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-educationtraining-2013.pdf>].
4. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу:

<https://mon.gov.ua/ua/news/usi-novivni-povidomlennya-2016-06-01-metodichnirekomendacziyi-shhodo-rozroblennya-stand>

5. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf]:

6. Національний освітній глосарій: вища освіта [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_glossariy_Visha_osvita_2014_tempusoffice.pdf]:

7. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf]:

8. Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf].

9. EQF-LLL - European Qualifications Framework for Lifelong Learning [Режим доступу: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf];

10. QF-EHEA - Qualification Framework of the European Higher Education Area [Режим доступу: <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67>];

11. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014 - 168 с. URL:

<http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shhodo-zaprovadzhenniainstrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=82:bolonskyi-protseesu-novaparadyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych&start=80>

12. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>].