

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
"КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РИНКОВИХ ВІДНОСИН"**



**"KYIV UNIVERSITY OF MARKET
RELATIONS"**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

назва освітньої програми

«MARKETING»

назва освітньої програми англійською мовою

Рівень освіти:	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Галузь знань:	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність:	D5 «Маркетинг»
Кваліфікація:	Бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ВНЗ "Київський
університет ринкових відносин"
протокол № 8 від 25 червня 2026 року

Вводиться в дію з 01 вересня 2026 р.

Київ – 2026

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО проєктною групою у складі:

1. Олена БОРОДІНА – керівник проєктної групи, проректор з науково-педагогічної роботи, доцент 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. Костянтин БУГЕРА – доцент кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, кандидат економічних наук.

Стейкхолдерів:

Академічна спільнота:

Владислав ХОРУНЖИЙ – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг»

Роботодавці та/або представники професійної спільноти:

Олексій ЖАРКОВ генеральний директор приватної фірми «Анжіо».

Анна КУЛІК доцент кафедри менеджменту і маркетингу Київського національного лінгвістичного університету, кандидат економічних наук, доцент.

1. Профіль освітньої 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 освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на основі ступенів НРК5, НРК6, НРК7, заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою фаховою передвищою або вищою освітою.
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 фахового молодшого бакалавра, молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра), бакалавра, магістра (спеціаліста). 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-universytet/pravyla-pryjomu-universytet/
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 1 липня 2030 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://kumr.edu.ua/osvitno-profesijni-programy-universytet/

2 - Мета освітньої 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 освітньої 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, звітів з практик,

	комплексний атестаційний 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 напрямку 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 маркетинговій діяльності.

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 Положення про реалізацію права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». 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	Передбачено і регулюється Положення про реалізацію права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/Polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist.pdf
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	3,0	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	Основи національного спротиву	5,0	Залік
ЗК 14	Безпека життєдіяльності	3,0	Залік
Загальний обсяг компонент		60	
Спеціальні (фахові) компоненти освітньої програми			
СК 1	Політекономія (з курсовою роботою)	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 (з курсовою роботою)	6,0	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-трудова відносини	4,0	Екзамен
СК 11	Міжнародна економіка	4,0	Екзамен
СК 12	Статистика	4,0	Залік
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 (з курсовою роботою)	6,0	Екзамен
СК 18	Маркетингова товарна політика	5,0	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	5,0	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	6,0	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 <https://kumr.edu.ua/vybirkovi-dystsypliny-universytet/>

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) (12)							
		Історія економіки та економічної думки (3)						
	Вища математика (7)		Теорія ймовірностей і математична статистика (3)	Оптимізаційні методи та моделі (4)	Економетрика (3)			
	Інформатика (6)			Статистика (4)				
		Безпека життєдіяльності (3)	Основи національного спротиву (5)					
			Дисципліни вільного вибору (7)		Дисципліни вільного вибору (7)		Дисципліни вільного вибору (7) Дисципліни вільного вибору (7)	

				Дисципліни вільного вибору (8)		Дисципліни вільного вибору (8)		Дисципліни вільного вибору (8) Дисципліни вільного вибору (8)
								Виробнича практика (6)
								Комплексний атестаційний екзамен

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти освітньої програми

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

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У закладі вищої освіти функціонує система забезпечення 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.

1. Положення про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2025/01/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu.pdf>

2. Положення про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ВНЗ "Київський університет ринкових відносин". URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/Polozhennya-pro-onovlennya-osvitnih-program.pdf>
3. Положення про атестацію науково-педагогічних працівників ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/Polozhennya-pro-atestatsiyu.pdf>
4. Положення про рейтингове оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2023/08/Polozhennya-pro-rejtyngove-otsinyuvannya-naukovo-pedagogichnyh-pratsivnykiv.pdf>
5. Положення про систему запобігання плагіату в академічних текстах працівників та здобувачів вищої освіти ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Polozhennya-pro-dobrochesnist.pdf>
6. Положення про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2025/01/Polozhennya-pro-vybirkovi-dystsypliny.pdf>
7. Порядок семестрової та підсумкової атестації з використанням дистанційних технологій навчання у ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2023/01/Pids_atest_dyst.pdf
8. Положення про реалізацію права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/Polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist.pdf>
9. Положення про організацію інклюзивного навчання у ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». URL: <http://kumr.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-inklyuzyvno-navchannya.pdf>

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

Класифікація компетентностей за НРК	Знання 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	Уміння 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	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність 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]

[illegible]

7. 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-protseasu.html?download=82:bolonskyi-protseasu-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/>].

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальності D5 «Маркетинг»
Вищого навчального закладу
«Київський університет ринкових відносин»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розроблена відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», Національної рамки кваліфікацій, а також із урахуванням сучасних тенденцій розвитку маркетингової діяльності, цифрової економіки та потреб національного й міжнародного ринків праці.

Метою програми є підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, здатних здійснювати професійну маркетингову діяльність, приймати обґрунтовані управлінські рішення, використовувати сучасні інструменти маркетингу, цифрові технології, аналітичні методи та інноваційні підходи до розвитку бізнесу. Заявлена мета є логічною, актуальною та повністю узгоджується зі змістом освітньої програми, визначеними компетентностями й програмними результатами навчання.

Структура освітньо-професійної програми є цілісною, логічною та збалансованою. Освітні компоненти забезпечують послідовне формування загальних і фахових компетентностей, необхідних для успішної професійної діяльності сучасного маркетолога. Навчальний план гармонійно поєднує фундаментальну економічну підготовку із професійно орієнтованими дисциплінами, що дозволяє здобувачам сформувати системне бачення функціонування ринків, поведінки споживачів, маркетингових процесів та механізмів управління підприємством.

Безперечною перевагою програми є її практична орієнтованість. Значна увага приділяється виробничій практиці, виконанню курсових робіт, застосуванню інтерактивних методів навчання, аналізу бізнес-кейсів, реалізації проєктної діяльності, розвитку навичок командної роботи та комунікації. Залучення роботодавців і практиків до освітнього процесу сприяє наближенню змісту навчання до реальних потреб сучасного бізнес-середовища.

Освітня програма враховує актуальні тенденції цифрової трансформації маркетингу. До її змісту включено компетентності, спрямовані на використання інформаційно-комунікаційних технологій, маркетингових інформаційних систем, цифрових інструментів підтримки управлінських рішень, аналітики ринку та сучасних методів дослідження споживчої поведінки. Це забезпечує підготовку випускників до роботи в умовах цифрової економіки та високої динаміки розвитку маркетингових технологій.

Особливої позитивної оцінки заслуговує орієнтація програми на формування у здобувачів навичок критичного мислення, креативності, підприємливості, відповідальності, професійної етики, міжкультурної комунікації та здатності працювати в умовах невизначеності. Програмні результати навчання відповідають сучасним вимогам до фахівців з маркетингу та забезпечують готовність випускників до професійної діяльності й подальшого навчання.

Важливим елементом програми є впровадження студентоцентрованого підходу, використання сучасних цифрових освітніх платформ (Google Classroom, Google Meet, Zoom), що сприяє розвитку цифрових компетентностей здобувачів, академічної мобільності та забезпеченню гнучкості освітнього процесу.

Разом із тим, враховуючи швидкі зміни у сфері маркетингу, доцільно рекомендувати при подальшому вдосконаленні освітньо-професійної програми:

1) розширити зміст освітніх компонентів із цифрового маркетингу, маркетингу в соціальних мережах (SMM), контент-маркетингу;

2) розширити практичну підготовку шляхом виконання міждисциплінарних проєктів, участі студентів у маркетингових дослідженнях, конкурсах, стартап-проєктах та спільних освітніх заходах із роботодавцями;

3) активізувати розвиток компетентностей у сфері застосування штучного інтелекту, генеративних технологій, аналізу великих масивів маркетингових даних (Big Data), управління клієнтською аналітикою та цифровими комунікаціями;

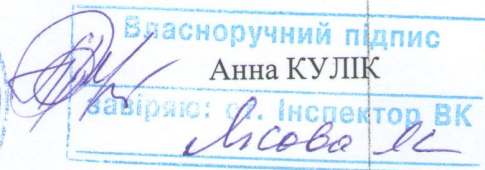
4) передбачити розширення вибіркової складової програми за напрямками міжнародного маркетингу, бренд-менеджменту, маркетингу сталого розвитку (ESG), маркетингових інновацій та управління клієнтським досвідом.

Кадрове, матеріально-технічне, інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми створює необхідні умови для якісної підготовки здобувачів вищої освіти. Позитивною характеристикою програми є її відповідність сучасним вимогам системи забезпечення якості вищої освіти, орієнтація на потреби роботодавців, використання компетентнісного підходу та інтеграція практичної складової у процес професійної підготовки.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» є сучасною, актуальною, логічно структурованою та відповідає вимогам чинного законодавства України, Стандарту вищої освіти, принципам Європейського простору вищої освіти та сучасним тенденціям розвитку маркетингової діяльності. Програма забезпечує формування професійних компетентностей, необхідних для ефективної роботи у сфері маркетингу, розвитку підприємництва та цифрової економіки, а її реалізація сприятиме підготовці конкурентоспроможних фахівців, затребуваних на сучасному ринку праці. Освітньо-професійна програма може бути рекомендована до впровадження та подальшої реалізації в освітньому процесі із систематичним оновленням відповідно до розвитку маркетингової науки, цифрових технологій та потреб бізнес-середовища.

Рецензент:

доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Київського національного лінгвістичного університету,
кандидат економічних наук, доцент



РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

**роботодавця на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальності D5 «Маркетинг»
ВНЗ «Київський університет ринкових відносин»**

Сучасне бізнес-середовище характеризується високою конкуренцією, стрімким розвитком цифрових технологій, зміною поведінки споживачів та необхідністю оперативного реагування на виклики ринку. За таких умов підприємства потребують фахівців, які володіють сучасними маркетинговими інструментами, здатні аналізувати ринкову інформацію, прогнозувати тенденції розвитку, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати сталий розвиток бізнесу.

Ознайомившись зі змістом освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», вважаю, що її структура, зміст та програмні результати навчання повною мірою відповідають сучасним вимогам роботодавців та тенденціям розвитку маркетингової діяльності.

Освітня програма побудована на компетентнісному підході та забезпечує формування у майбутніх бакалаврів професійних знань і практичних навичок, необхідних для роботи у сфері маркетингу. Особливу увагу приділено розвитку аналітичного мислення, здатності здійснювати маркетингові дослідження, аналізувати поведінку споживачів, розробляти маркетингові стратегії, використовувати сучасні цифрові інструменти просування продукції та приймати обґрунтовані маркетингові рішення.

Позитивно оцінюю орієнтацію програми на практичну підготовку здобувачів вищої освіти. Використання кейс-методів, проєктного навчання, виробничої практики, виконання курсових робіт, застосування сучасних інформаційних технологій та залучення представників бізнесу до освітнього процесу створюють умови для набуття студентами реального професійного досвіду ще під час навчання.

Важливою перевагою освітньої програми є інтеграція сучасних цифрових технологій у навчальний процес. Формування компетентностей щодо використання маркетингових інформаційних систем, цифрових комунікацій, сучасних програмних продуктів та інформаційно-аналітичних технологій відповідає актуальним потребам підприємств, які активно впроваджують цифрову трансформацію бізнес-процесів.

Позитивної оцінки заслуговує також спрямованість освітньої програми на розвиток у здобувачів таких професійно важливих якостей, як креативність, відповідальність, підприємливість, комунікабельність, здатність працювати в команді, критично мислити, адаптуватися до змін ринкового середовища та ефективно взаємодіяти із клієнтами й партнерами.

Як представник роботодавців вважаю доцільним при подальшому вдосконаленні освітньо-професійної програми приділити ще більшу увагу практичній підготовці здобувачів шляхом:

- розширення вивчення електронної комерції, маркетингової аналітики та управління клієнтським досвідом;
- збільшення кількості практичних кейсів, розроблених спільно з підприємствами, та виконання студентами реальних маркетингових проєктів;
- розвитку співпраці університету з бізнесом щодо організації виробничої практики, стажувань, проведення майстер-класів і гостьових лекцій провідних фахівців-практиків.

Перекоаний, що реалізація зазначених рекомендацій сприятиме подальшому підвищенню якості професійної підготовки майбутніх маркетингологів та забезпечить ще більшу відповідність освітньої програми потребам сучасного ринку праці.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» є актуальною, сучасною, практикоорієнтованою та відповідає потребам роботодавців і вимогам сучасного бізнес-середовища. Її зміст забезпечує формування професійних компетентностей, необхідних для успішної діяльності у сфері маркетингу, розвитку підприємництва та цифрової економіки.

Вважаю, що освітньо-професійна програма відповідає вимогам сучасного ринку праці, забезпечує якісну підготовку конкурентоспроможних фахівців та рекомендується до подальшої реалізації в освітньому процесі Вищого навчального закладу «Київський університет ринкових відносин».

Рецензент:
Генеральний директор
Приватної фірми «АНЖІО»



Олексій ЖАРКОВ