

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені Ігоря Сікорського»

Затверджую

Голова Вченої ради

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Михайло Ільченко

« 01 » 20 20 р.



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**БІЗНЕС-АНАЛІТИКА**

**(Business Analytics)**

**Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти**

за спеціальністю	075 Маркетинг
галузі знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	бакалавр маркетингу

Ухвалено на засіданні Вченої ради  
університету від «20» січня 2020 р.  
протокол № 1

КПІ ім. Ігоря Сікорського  
Київ – 2020

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою:

Голова робочої групи

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,  
завідувач кафедри промислового маркетингу

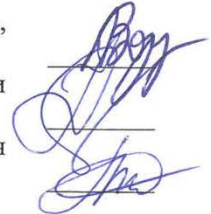


Члени робочої групи:

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор,  
професор кафедри промислового маркетингу

Кубишина Надія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри  
промислового маркетингу

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, старший викладач  
кафедри промислового маркетингу



Завідувач кафедри промислового маркетингу

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,  
завідувач кафедри промислового маркетингу



Голова науково-методичної підкомісії зі спеціальності

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,  
завідувач кафедри промислового маркетингу




Освітня програма розглянута й ухвалена Методичною радою університету

(протокол № 9 від « 19 » 12 20 19 р.)

Голова Методичної ради

 Ю.І. Якименко

Вчений секретар Методичної ради

 В.П. Головенкін

## ЗМІСТ

1.	Профіль освітньої програми.....	4
2.	Перелік компонент освітньої програми.....	12
3.	Структурно-логічна схема освітньої програми.....	15
4.	Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти.....	16
5.	Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	16
6.	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.....	18

# 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

## зі спеціальності 075 Маркетинг

<b>1 – Загальна інформація</b>	
Повна назва ЗВО та інституту/факультету	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», факультет менеджменту та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – бакалавр Кваліфікація – бакалавр маркетингу за освітньою програмою «Бізнес-аналітика»
Рівень з НРК/ Рівень вищої освіти	НРК України – 7 рівень Перший (бакалаврський) рівень
Офіційна назва освітньої програми	Бізнес-аналітика
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів, термін навчання 3 роки, 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, серія НД № 1192538, виданий Міністерством освіти і науки України, термін дії: до 01.07.2021 р.
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	<a href="http://marketing.kpi.ua/files/plans/2019/%D0%9E%D0%9F%D0%9F%20%D0%91%D0%B0%D0%BA%20075%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BD.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/plans/2019/%D0%9E%D0%9F%D0%9F%20%D0%91%D0%B0%D0%BA%20075%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BD.pdf</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка фахівців маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та здатні формувати управлінські рішення та стратегії в межах маркетингової концепції управління бізнесом та проваджувати ефективну маркетингову діяльність.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
Предметна область	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування, спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми	Маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: маркетинг, маркетингова стратегія, ринковий аналіз, промисловий ринок, споживчий ринок, промислові інновації
Особливості програми:	Без особливостей
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування за ДК 003:2010: 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2414.2 Аналітик з питань фінансово-економічної безпеки 2412.2 Аналітик у сфері професійної зайнятості

Подальше навчання	Можливість продовжувати навчання на другому(магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
Викладання та навчання	Лекції, практичні та семінарські заняття, виконання розрахункових робіт та написання рефератів, консультування, практика, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику, курсові роботи, окремі елементи змішаного навчання, переддипломна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дипломного дослідження, виконання дипломної бакалаврської роботи
Оцінювання	Рейтингова система оцінювання, усні та письмові екзамени, заліки, окреме оцінювання курсових робіт, тестування, семестрові атестації, захист дипломної роботи
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
Інтегральна компетентність	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	
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	Здатність проявляти 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	Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології
ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною та державною мовами
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
<b>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (ФК)</b>	
ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
ФК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної

	області сучасного маркетингу.
ФК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі
ФК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими
ФК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
ФК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
ФК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
ФК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
ФК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності
ФК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
ФК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків
ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
ФК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі
ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності
<b>7 – програмні результати навчання</b>	
<b>ЗНАННЯ</b>	
ЗН 1	Фундаментальних принципів, закономірностей функціонування ринку та його суб'єктів як передумови провадження маркетингової діяльності підприємств
ЗН 2	Основних принципів, закономірностей, положень щодо кон'юнктури ринку та методів її прогнозування за різних умов ринкової конкуренції, як методологічного фундаменту провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкту
ЗН 3	Історії формування економічної науки, основних економічних теорій щодо функціонування ринків
ЗН 4	Специфіки походження та розподілу суспільних благ та чинників, що впливають на їх створення та ринковий обіг
ЗН 5	Головних економічних законів, закономірностей і принципів розвитку економічної системи, що впливають на формування загроз та можливостей маркетингової діяльності господарюючого суб'єкта
ЗН 6	Сучасного стану, проблем та перспектив розвитку економіки України
ЗН 7	Основних закономірностей, головних економічних законів, принципів та факторів функціонування економічних систем різного рівня в контексті маркетингової діяльності підприємства задля забезпечення реалізації соціально-етичної концепції маркетингу
ЗН 8	Положень теорії статистики, підходів та методів проведення аналізу ефективності провадження економічної діяльності ринкового суб'єкту, а

	також підходів та методів прийняття економіко-управлінських рішень
ЗН 9	Інструментів, засад та методів програмування та створення графічних рішень в цифровому середовищі
ЗН 10	Основних економетричних моделей та методів, принципів та підходів до оптимізації, необхідних для прогнозування ринку, аналізу ефективності провадження маркетингової діяльності, формування маркетингової стратегії підприємства
ЗН 11	Базових положень вищої математики (лінійна алгебра, аналітична геометрія та основи математичного аналізу) необхідних для формування та розроблення економіко-математичних моделей
ЗН 12	Базових положень теорії ймовірності та математичної статистики, необхідних для аналізу ринку та поведінки його суб'єктів
ЗН 13	Теоретичних та методологічних положень провадження економічної діяльності ринкового суб'єкта, підходів, методів і форм аналізу
ЗН 14	Місця маркетингу в економічній діяльності підприємства, зв'язок між результатами маркетингової та економічної діяльності суб'єкту
ЗН 15	Впливу контрагентів підприємства на провадження економічної діяльності підприємства
ЗН 16	Базових принципів, методів, функцій та підходів до управління на рівні організації, колективу, суб'єкту
ЗН 17	Впливу організаційно-виробничої діяльності ринкового суб'єкту на формування маркетингової стратегії підприємства
ЗН 18	Теорії та методології маркетингу в їх історичному розрізі, основних концепцій, функцій маркетингу, принципів, методів та інструментів провадження маркетингової діяльності
ЗН 19	Місця маркетингу в економічній діяльності підприємства, зв'язку між результатами маркетингової та економічної діяльності суб'єкту
ЗН 20	Основних етапів формування маркетингової стратегії підприємства та її складових
ЗН 21	Структури, функцій та ролі маркетингової інформаційної системи в функціонуванні концепції маркетингу на підприємстві
ЗН 22	Теоретико-методичних положень планування, організації, проведення маркетингових досліджень, контролю їх якості
ЗН 23	Методів аналізу та інтерпретації результатів маркетингових досліджень, їх використання при прийнятті управлінських рішень щодо провадження маркетингової діяльності підприємства
ЗН 24	Теоретико-методичних положень з формування та управління асортиментною політикою підприємства
ЗН 25	Концептуальних засад діагностики ефективності маркетингової стратегії у крос-функціональному розрізі та її зв'язку з реалізацією маркетингових функцій підприємства
ЗН 26	Концептуальних засад ціноутворення під час провадження ринкової діяльності господарюючого суб'єкта
ЗН 27	Цілей, методів та стратегій ціноутворення, їх класифікації та особливостей застосування на різних ринках
ЗН 28	Методів визначення ринково обґрунтованої ціни, методичних засад формування та впровадження маркетингової цінової стратегії підприємства
ЗН 29	Теорії та практики провадження комунікаційної діяльності суб'єкта господарювання в контексті реалізації його маркетингової стратегії в умовах інформаційного суспільства

ЗН 30	Методичних засад формування та управління маркетинговою комунікаційною стратегією підприємства; основних цілей, принципів та моделей формування маркетингової комунікаційної стратегії підприємства на промислових та споживчих ринках
ЗН 31	Стратегій, каналів комунікацій та інструментарію маркетингової комунікаційної політики підприємства
ЗН 32	Суті та змісту маркетингової політики розподілу, методів та типів розподілу, типів комерційних посередників
ЗН 33	Теоретико-методичних основ формування, вибору і ведення на маркетингових засадах політики розподілу різних суб'єктів господарювання
ЗН 34	Основних теорій міжнародного економічного обміну
ЗН 35	Специфіки функціонування сучасного міжнародного ринку, його впливу на функціонування економічних систем різних рівнів та на провадження міжнародної маркетингової діяльності
ЗН 36	Загальних принципів, законів, закономірностей функціонування фінансів в економічних системах різного рівня
ЗН 37	Системи фінансово-економічних показників в діяльності ринкового суб'єкту, методів їх аналізу і прогнозування, їх зв'язку із провадженням маркетингової діяльності
ЗН 38	Теоретичних засад та особливостей провадження маркетингової діяльності на міжнародному ринку
ЗН 39	Інструментарію формування та удосконалення міжнародної маркетингової стратегії підприємства
ЗН 40	Основ забезпечення безпеки життєдіяльності на підприємстві та за його межами, забезпечення цивільного захисту
ЗН 41	Основ бухгалтерського та управлінського обліку на підприємстві
ЗН 42	Методичного інструментарію для проведення аналізу ефективності господарської діяльності ринкового суб'єкту на основі бухгалтерської та іншої звітної документації з метою прийняття управлінських рішень
ЗН 43	Зasad та специфіки провадження маркетингової діяльності торговельного підприємства
ЗН 44	Особливостей проведення аудиту посередницької діяльності та формування маркетингової стратегії торговельно-посередницьких підприємств
ЗН 45	Сучасних інформаційних систем і технологій, що застосовуються під час провадження маркетингової діяльності у цифровому середовищі
ЗН 46	Принципів, підходів та інструментарію формування та реалізації маркетингової інформаційно-комунікаційної політики підприємства в цифровому середовищі
ЗН 47	Сутності та способів застосування систем підтримки прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу
ЗН 48	Історії та культури України, цінностей та моральних норм українського суспільства як передумов аналізу маркетингового середовища господарюючого суб'єкта
ЗН 49	Стилістики української мови за професійним спрямуванням у сфері маркетингу
ЗН 50	Історії та методів філософського пізнання буття, основних філософських законів розвитку суспільства та явищ, основних поглядів щодо людини у бутті
ЗН 51	Історії і базових положень основних мотиваційних теорій і теорій



	особистості, психологічної структури особистості,
ЗН 52	Методів дослідження психологічних явищ як передумови для здійснення маркетингової діяльності
ЗН 53	Правової системи України
ЗН 54	Основ права та господарського права як передумови для здійснення маркетингової діяльності
ЗН 55	Основ здорового способу життя та необхідних для цього видів і форм рухової активності
ЗН 56	Іноземної мови для усної та письмової комунікації
ЗН 57	Іноземної мови для усної та письмової комунікації, професійного спілкування в сфері маркетингу
ЗН 58	Зasad провадження маркетингової діяльності підприємства на промисловому ринку, суті, структури та специфіки промислового ринку
ЗН 59	Методичного інструментарію формування маркетингової стратегії промислового підприємства
ЗН 60	Сучасних концепцій і технологій логістики
ЗН 61	Функції управління логістичною системою та її місця в маркетинговій діяльності
ЗН 62	Основних теорій конкуренції, конкурентоспроможності, конкурентних переваг, базових стратегій конкуренції та їх впливу на маркетингову діяльність
ЗН 63	Методології аналізу конкурентоспроможності продукції та підприємства
ЗН 64	Систем управління якістю та конкурентоспроможністю
ЗН 65	Основних теоретичних положень та концепцій інвестування в умовах турбулентного маркетингового середовища, підходів до прийняття інвестиційних рішень
ЗН 66	Інструментарію оцінювання привабливості активів
ЗН 67	Теоретичних положень щодо поведінки споживачів на ринку, основних соціальних та психологічних ефектів та закономірностей, та їх зв'язок із маркетинговою стратегією підприємства
ЗН 68	Основних концепцій та підходів до управління поведінкою споживачів на ринку
ЗН 69	Теоретичних засад проведення маркетингового аудиту підприємства, методології маркетингового аудиту підприємства
ЗН 70	Теоретичних засад товарознавства, методичних підходів до проведення товарознавчого аналізу продукції підприємства в контексті сучасних концепцій маркетингу
ЗН 71	Особливостей функціонування ринку послуг та поведінки споживачів на ньому
ЗН 72	Теоретичних положень маркетингу в сфері послуг та засад управління маркетинговою діяльністю на ринку послуг
ЗН 73	Сучасних маркетингових інформаційних систем та програмних продуктів в сфері маркетингу, особливостей їх використання для підвищення ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкту
ЗН 74	Теоретико-методичних засад інтерпретації результатів статистичного аналізу для прийняття управлінських рішень
ЗН 75	Функціональних можливостей сучасних програмних продуктів в маркетинговому аналізі та прийнятті управлінських рішень
ЗН 76	Теоретико-методичних положень планування, організації, проведення статистичного аналізу в процесі маркетингових досліджень, контролю їх якості

ЗН 77	Методів аналізу та інтерпретації результатів маркетингових досліджень, їх використання при прийнятті управлінських рішень
ЗН 78	Теоретико-методичних положень управління системою технологій підприємства в контексті провадження його маркетингової функції
ЗН 79	Основних видів інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що застосовується у маркетинговій діяльності та роботі підприємств, інструментів застосування хмарних технологій у маркетинговій діяльності
ЗН 80	Тенденцій розвитку інформаційного суспільства, глобальної економіки та ІКТ
ЗН 81	Зasad формування комплексу інформаційно-комунікаційних технологій для організації маркетингових заходів на базі ІКТ, а саме конференцій; веб-конференцій, вебінарів, презентацій, дистанційних переговорів
ЗН 82	Теоретичних засад провадження комерційної діяльності підприємств в умовах цифрової економіки
ЗН 83	Сучасних моделей, форм та інструментарію електронної комерції
ЗН 84	Підходів та методів підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства в цифровому середовищі
ЗН 85	Зasad маркетингової діяльності в цифровому середовищі
ЗН 86	Теоретико-методичних положень щодо формування маркетингової стратегії підприємства в цифровому середовищі та способів підвищення її ефективності
ЗН 87	Теоретико-методичних положень щодо закономірностей, принципів та інструментарію виявлення, оцінювання, врахування та управління ризиками в процесі провадження маркетингової діяльності підприємства
ЗН 88	Сучасних положень щодо стандартизації та сертифікації, систем контролю якості та їхнього впливу на провадження маркетингової діяльності
ЗН 89	Системи стандартів в Україні та світі
ЗН 90	Теоретичних засад та методологічних підходів до управління продажем на підприємстві
ЗН 91	Психологічних аспектів процесу продажу
ЗН 92	Підходів до побудови структур, відповідальних за збут на підприємстві
ЗН 93	Основ провадження підприємницької діяльності в ринкових умовах
ЗН 94	Складових, ролі та місця інфраструктури в забезпеченні ефективності провадження підприємницької діяльності
ЗН 95	Теоретичних основ та методичних підходів до побудови економетричних моделей в маркетинговій діяльності підприємства
ЗН 96	Методик прогнозування та передбачення стану ринку та поведінки його суб'єктів
ЗН 97	Наукових підходів та систем підтримки прийняття управлінських рішень в маркетингу
ЗН 98	Зasad планування діяльності підприємства
ЗН 99	Принципів та методології бізнес-планування
ЗН 100	Сучасної теорії маркетингу
ЗН 101	Інструментарію аналізу ефективності провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкту
ЗН 102	Сучасних концепцій провадження маркетингової діяльності
ЗН 103	Методології маркетингу, необхідної для аналізу, формування та удосконалення стратегії маркетингу, актуального інструментарію аналізу та підтримки прийняття управлінських рішень щодо підвищення

	ефективності маркетингової діяльності підприємства
<b>УМІННЯ</b>	
УМ 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
УМ 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
УМ 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
УМ 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
УМ 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
УМ 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
УМ 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
УМ 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
УМ 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
УМ 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
УМ 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
УМ 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
УМ 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
УМ 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
УМ 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.
УМ 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
УМ 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
УМ 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій

	діяльності.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Кадрове забезпечення	Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
Національна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе викладання іноземною мовою

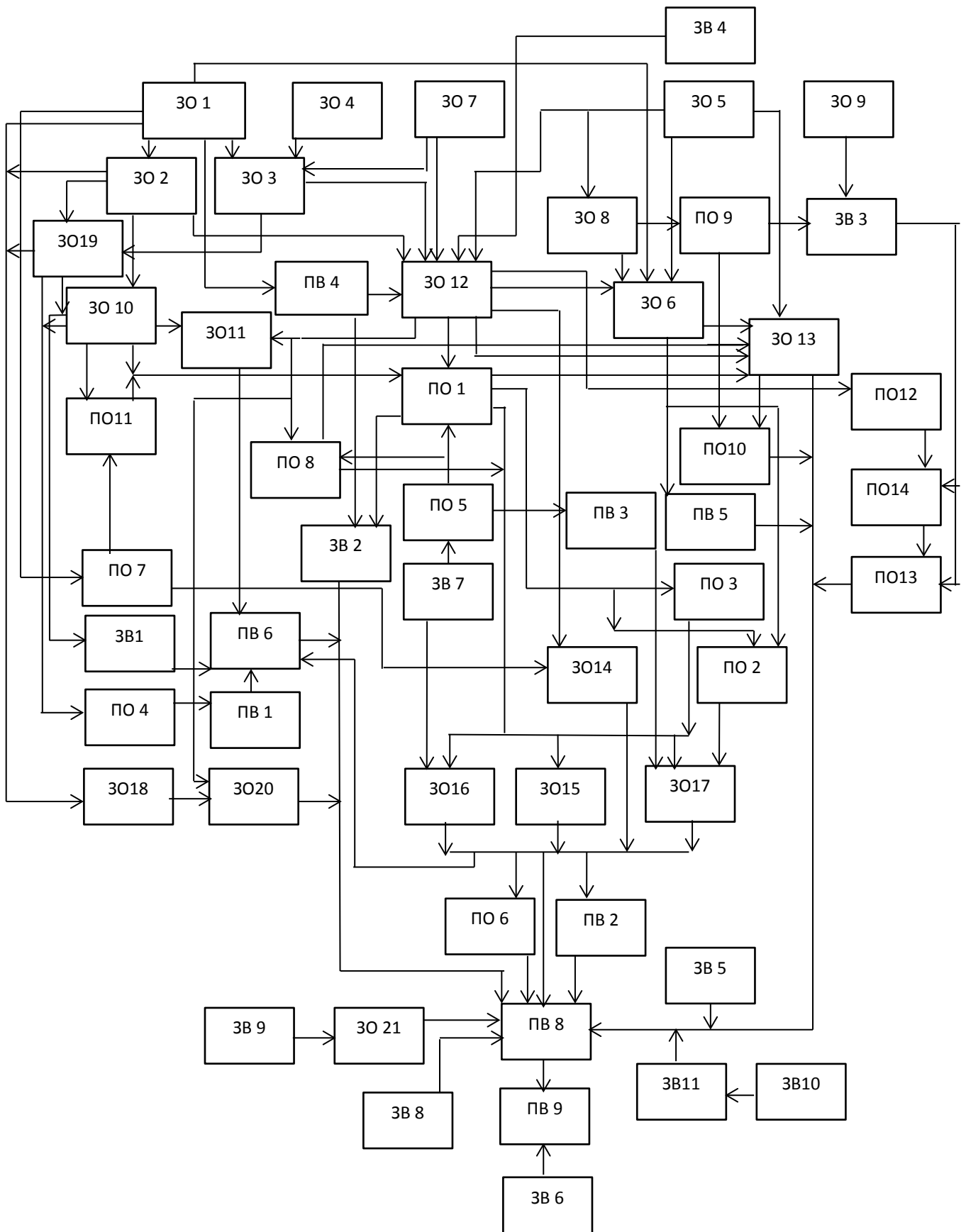
## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>I. Цикл загальної підготовки</b>			
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
3О 1	Економічна теорія	4,5	Екзамен
3О 2	Мікроекономіка	4	Залік
3О 3	Макроекономіка	4	Екзамен
3О 4	Історія економіки та економічної думки	4,5	Екзамен
3О 5	Математика для економістів	12,5	Екзамен
3О 6	Економіко-математичні методи та моделі	7,5	Залік
3О 7	Регіональна економіка (регіональна економіка, екологія)	3,5	Залік
3О 8	Статистика	5	Екзамен
3О 9	Основи програмування та веб-дизайн	6	Залік
3О10	Економічний аналіз	4,5	Екзамен
3О 11	Менеджмент	4	Екзамен
3О 12	Маркетинг	14,5	Екзамен
3О 13	Маркетингові дослідження та аналітика ринків	5,5	Екзамен
3О 14	Ціноутворення та аналіз витрат на підприємстві	5	Екзамен

1	2	3	4
ЗО 15	Методи аналізу товарної політики підприємства	3	Залік
ЗО 16	Діагностика ефективності маркетингової комунікаційної діяльності підприємства	3	Залік
ЗО 17	Діагностика збуту	4	Екзамен
ЗО 18	Фінансовий аналіз	3,5	Залік
ЗО 19	Міжнародний бізнес	4	Екзамен
ЗО 20	Міжнародний маркетинг	3,5	Залік
ЗО 21	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	2	Залік
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ЗВ 1	Навчальні дисципліни з бухгалтерського обліку: Управлінський та бухгалтерський облік в маркетингу; Облік та аудит на підприємстві	4	Залік
ЗВ 2	Навчальні дисципліни з інформаційних технологій в маркетингу: Інформаційні системи і технології в маркетингу; Цифрові технології в маркетингу	3	Залік
ЗВ 3	Історичні Н/Д (блок 1)	2	Залік
ЗВ 4	Україномовні Н/Д (блок 2, Стилiстика української мови за професійним спрямуванням)	2	Залік
ЗВ 5	Філософські Н/Д (блок 3)	2	Залік
ЗВ 6	Психологічні Н/Д (блок 4)	2	Залік
ЗВ 7	Правові Н/Д (блок 5)	2	Залік
ЗВ 8	Фізичне виховання або основи здорового способу життя	5	Залік
ЗВ 9	Іноземна мова	6	Залік
ЗВ 10	Іноземна мова професійного спрямування	4	Залік
<b>II. Цикл професійної підготовки</b>			
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ПО 1	Діагностика бізнес-моделей підприємства	5,5	Екзамен
ПО 2	Промисловий маркетинг	5,5	Екзамен
ПО 3	Міжнародний маркетинг	3,5	Залік
ПО 4	Логістика в системі маркетингу підприємства	5	Екзамен
ПО 5	Діагностика конкурентоспроможності підприємства	3,5	Залік
ПО 6	Інвестування та оцінювання бізнесу	4	Залік
ПО 7	Поведінка споживачів	4,5	Екзамен
ПО 8	Маркетинговий аудит	3,5	Залік
ПО 9	Промислове товарознавство	3,5	Залік
ПО 10	Оптимізація та прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності	4	Залік
ПО 11	Програмне забезпечення бізнес-аналітики	3	Залік
ПО 12	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень	4	Залік
ПО 13	Технологічний аудит в бізнесі	3,5	Залік
ПО 14	Методи аналізу BigData в цифровому середовищі	3,5	Залік
ПО 15	Електронна комерція	3	Залік
ПО 16	Діджитал-маркетинг	3,5	Залік
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ПВ 1	Н/Д з ризикології: Ризикологія; <i>Управління ризиками на підприємстві</i>	4	Екзамен

1	2	3	4
ПВ 2	Н/Д з маркетингової аналітики: Маркетингові метрики; Система показників ефективності діяльності підприємства	3	Залік
ПВ 3	Навчальні дисципліни з бізнес-аналізу: Бізнес Інтеллідженс; Методологія інтерпретації даних в бізнесі	5,5	Екзамен
ПВ 4	Навчальні дисципліни з візуального представлення даних: Візуалізація даних в бізнесі; Технології обробки та представлення даних	3	Залік
ПВ 5	Н/Д з комерційної діяльності: Інфраструктура товарного ринку; Основи підприємництва	3,5	Залік
ПВ 6	Н/Д з прогнозування та передбачення: Методи прогнозування та прийняття рішень в маркетингу; Прогнозування та передбачення в маркетингу	4	Залік
ПВ 7	Н/Д з досліджень у цифровому середовищі: Проведення досліджень у цифровому середовищі; Використання інтернет-ресурсів при проведенні маркетингових досліджень	4	Екзамен
ПВ 8	Переддипломна практика	7,5	Залік
ПВ 9	Підготовка дипломної роботи	6	Захист
Загальний обсяг <b>циклу загальної підготовки:</b>		136,5	
Загальний обсяг <b>циклу професійної підготовки:</b>		103,5	
Загальний обсяг <b>обов'язкових компонент:</b>		167,5	
Загальний обсяг <b>вибіркових компонент:</b>		72,5	
у тому числі <b>за вибором студентів:</b>		72,5	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

### 3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



## 4. ФОРМА ВИПУСКНОЇ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація здобувачів вищої освіти проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації «бакалавр маркетингу» за освітньо-професійною програмою «Бізнес-аналітика» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Випускна атестація здійснюється відкрито і публічно.

## 5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

(УТОЧНЕННЯ:ЗАГАЛЬНІТА СПЕЦІАЛЬНІ КОМПЕТЕНЦІЇ ПО БАЗОВИХ ДИСЦИПЛІНАХ)

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ЗО 5	ЗО 6	ЗО 7	ЗО 8	ЗО 9	ЗО 10	ЗО 11	ЗО 12	ЗО 13	ЗО 14	ЗО 15	ЗО 16	ЗО 17	ЗО 18	ЗО 19	ЗО 20	ЗО 21	ЗВ 1	ЗВ 2	ЗВ 3	ЗВ 4	ЗВ 5	ЗВ 6	ЗВ 7	ЗВ 8	ЗВ 9	ЗВ 10	
ЗК 1																					+						+		+			
ЗК 2																									+		+	+		+		
ЗК 3					+	+		+		+	+	+	+		+	+			+	+			+		+		+	+				
ЗК 4					+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+		+	+	+			
ЗК 5											+																					
ЗК 6	+	+		+			+			+		+		+	+	+	+	+	+	+			+	+								
ЗК 7					+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+					+			
ЗК 8					+	+		+		+		+	+		+	+				+	+				+							
ЗК 9									+				+												+							
ЗК 10																											+				+	
ЗК 11												+		+	+	+																
ЗК 12																															+	
ЗК 13																			+		+											
ЗК 14							+				+												+							+		
ФК 1	+	+		+		+			+		+	+	+	+		+	+	+	+	+				+								
ФК 2	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+								+							
ФК 3						+		+				+	+	+		+				+			+		+							
ФК 4												+			+	+	+			+			+		+	+						
ФК 5												+	+		+	+	+			+			+		+	+						
ФК 6													+		+																	
ФК 7									+		+			+	+	+			+					+								
ФК 8																																
ФК 9													+																			
ФК 10													+			+									+							
ФК 11	+	+	+	+	+	+	+	+		+									+	+									+			
ФК 12													+		+	+																
ФК 13					+	+		+		+	+				+					+			+									
ФК 14															+	+	+							+								



(УТОЧНЕННЯ:ЗАГАЛЬНІ ТА СПЕЦІАЛЬНІ КОМПЕТЕНЦІЇ ПО ПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІНАХ)

	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПО 5	ПО 6	ПО 7	ПО 8	ПО 9	ПО 10	ПО 11	ПО 12	ПО 13	ПО 14	ПО 15	ПО 16	ПВ 1	ПВ 2	ПВ 3	ПВ 4	ПВ 5	ПВ 6	ПВ 7	ПВ 8	ПВ 9
ЗК 1																									
ЗК 2																									
ЗК 3	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+								+	+	+			+
ЗК 4	+		+		+	+		+	+	+	+	+			+								+		+
ЗК 5	+			+															+	+				+	+
ЗК 6	+		+				+	+	+	+	+		+	+				+	+					+	+
ЗК 7	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+			+	+	+				+		+	+
ЗК 8	+		+		+			+	+	+			+									+			+
ЗК 9									+	+		+		+			+								+
ЗК 10																								+	
ЗК 11	+		+					+										+							
ЗК 12															+			+			+				+
ЗК 13															+										
ЗК 14						+																			+
ФК 1	+					+				+	+							+							
ФК 2			+		+			+			+							+	+						+
ФК 3	+		+		+	+		+	+	+	+								+		+			+	+
ФК 4	+	+	+	+		+		+																+	+
ФК 5	+	+	+			+		+	+	+			+	+	+		+		+		+	+		+	+
ФК 6			+					+														+			+
ФК 7		+				+	+	+			+		+					+			+				+
ФК 8	+									+			+				+								+
ФК 9										+		+				+							+		+
ФК 10	+	+						+	+	+				+		+							/+		+
ФК 11			+		+			+												+	+				+
ФК 12	+		+	+				+																	+
ФК 13		+	+	+		+		+			+					+					+				+
ФК 14						+						+													+

## 6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

(УТОЧНЕННЯ:ЗНАННЯ ПО БАЗОВИХ ДИСЦИПЛІНАХ)

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ЗО 5	ЗО 6	ЗО 7	ЗО 8	ЗО 9	ЗО 10	ЗО 11	ЗО 12	ЗО 13	ЗО 14	ЗО 15	ЗО 16	ЗО 17	ЗО 18	ЗО 19	ЗО 20	ЗО 21	ЗВ 1	ЗВ 2	ЗВ 3	ЗВ 4	ЗВ 5	ЗВ 6	ЗВ 7	ЗВ 8	ЗВ 9	ЗВ 10	
ЗН 1	+																															
ЗН 2		+																														
ЗН 3				+																												
ЗН 4				+																												
ЗН 5			+																													
ЗН 6			+																													
ЗН 7							+																									
ЗН 8								+																								
ЗН 9									+																							
ЗН 10						+																										
ЗН 11				+																												
ЗН 12				+																												
ЗН 13											+																					
ЗН 14											+																					
ЗН 15											+																					
ЗН16												+																				
ЗН17												+																				
ЗН18													+																			
ЗН19													+																			
ЗН20													+																			
ЗН21														+																		
ЗН22														+																		
ЗН23														+																		
ЗН24															+																	
ЗН25															+																	
ЗН 26																+																
ЗН 27																+																
ЗН 28																+																
ЗН 29																	+															
ЗН 30																	+															
ЗН 31																	+															
ЗН 32																		+														
ЗН 33																		+														
ЗН 34																			+													
ЗН 35																			+													
ЗН 36																				+												
ЗН 37																				+												
ЗН 38																					+											
ЗН 39																					+											
ЗН 40																					+											
ЗН 41																						+										
ЗН 42																							+									

	3O 1	3O 2	3O 3	3O 4	3O 5	3O 6	3O 7	3O 8	3O 9	3O 10	3O 11	3O 12	3O 13	3O 14	3O 15	3O 16	3O 17	3O 18	3O 19	3O 20	3O 21	3B 1	3B 2	3B 3	3B 4	3B 5	3B 6	3B 7	3B 8	3B 9	3B 10		
3H 43																							+										
3H 44																								+									
3H 45																									+								
3H 46																									+								
3H 47																									+								
3H 48																										+							
3H 49																											+						
3H 50																												+					
3H 51																													+				
3H 52																													+				
3H 53																														+			
3H 54																														+			
3H 55																															+		
3H 56																																+	
3H 57																																	+

(УТОЧНЕННЯ:ЗНАННЯ ПО ПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІНАХ)

	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПО 5	ПО 6	ПО 7	ПО 8	ПО 9	ПО 10	ПО 11	ПО 12	ПО 13	ПО 14	ПО 15	ПО 16	ПВ 1	ПВ 2	ПВ 3	ПВ 4	ПВ 5	ПВ 6	ПВ 7	ПВ 8	ПВ 9	
3H 58	+																									
3H 59	+																									
3H 60		+																								
3H 61		+																								
3H 62			+																							
3H 63			+																							
3H 64			+																							
3H 65				+																						
3H 66				+																						
3H 67					+																					
3H 68					+																					
3H 69						+											+									
3H 70							+											+								
3H 71								+										+								
3H 72								+																		
3H 73									+																	
3H 74										+																
3H 75										+																
3H 76											+															
3H 77												+														
3H 78													+								+					
3H 79														+												
3H 80															+											
3H 81																+										
3H 82																	+									
3H 83																		+								
3H 84																			+			+				
3H 85																									+	
3H 86																										+

	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПО 5	ПО 6	ПО 7	ПО 8	ПО 9	ПО 10	ПО 11	ПО 12	ПО 13	ПО 14	ПО 15	ПО 16	ПВ 1	ПВ 2	ПВ 3	ПВ 4	ПВ 5	ПВ 6	ПВ 7	ПВ 8	ПВ 9	
ЗН 87																	+									
ЗН 88																			+							
ЗН 89																			+							
ЗН 90																				+						
ЗН 91																				+						
ЗН 92																				+						
ЗН 93																					+					
ЗН 94																					+					
ЗН 95																						+				
ЗН 96																							+			
ЗН 97																							+			
ЗН 98																								+		
ЗН 99																								+	+	
ЗН 100																									+	+
ЗН 101																										+
ЗН 102																										+
ЗН 103																										+

(УТОЧНЕННЯ:УМІННЯ ПО БАЗОВИХ ДИСЦИПЛІНАХ)

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ЗО 5	ЗО 6	ЗО 7	ЗО 8	ЗО 9	ЗО 10	ЗО 11	ЗО 12	ЗО 13	ЗО 14	ЗО 15	ЗО 16	ЗО 17	ЗО 18	ЗО 19	ЗО 20	ЗО 21	ЗВ 1	ЗВ 2	ЗВ 3	ЗВ 4	ЗВ 5	ЗВ 6	ЗВ 7	ЗВ 8	ЗВ 9	ЗВ 10			
УМ 1	+	+		+	+	+						+	+	+	+	+	+	+		+			+	+										
УМ 2	+	+	+	+						+		+	+						+	+										+				
УМ 3					+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+										
УМ 4					+	+		+		+	+	+	+		+		+	+	+				+	+	+									
УМ 5			+				+			+			+							+	+													
УМ 6											+		+			+	+							+										
УМ 7									+	+			+			+				+						+								
УМ 8													+											+										
УМ 9							+										+	+			+			+										
УМ 10								+			+		+		+	+	+																	
УМ 11	+	+				+		+		+	+		+	+	+	+		+	+	+						+		+	+					
УМ 12										+		+			+	+	+			+	+			+					+					
УМ 13											+																							
УМ 14													+	+																				
УМ 15																						+						+		+	+			
УМ16																+																		
УМ17																													+					+
УМ18											+											+		+			+	+	+	+				

(УТОЧНЕННЯ:УМІННЯ ПО ПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІНАХ)

	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПО 5	ПО 6	ПО 7	ПО 8	ПО 9	ПО 10	ПО 11	ПО 12	ПО 13	ПО 14	ПО 15	ПО 16	ПВ 1	ПВ 2	ПВ 3	ПВ 4	ПВ 5	ПВ 6	ПВ 7	ПВ 8	ПВ 9
УМ 1	+		+		+	+		+					+	+			+		+	+				+	+
УМ 2	+				+	+		+									+		+		+	+			
УМ 3	+	+	+			+	+	+	+	+	+						+		+	+	+			+	+
УМ 4	+	+	+	+		+		+	+	+			+	+			+		+		+	+		+	+
УМ 5					+	+											+	+	+	+	+				
УМ 6		+	+	+		+	+				+						+	+	+						+
УМ 7		+							+	+		+	+	+											+
УМ 8									+	+		+	+	+											+
УМ 9				+		+										+	+					+			+
УМ 10	+					+		+		+												+			
УМ 11	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+													
УМ 12	+		+	+				+						+					+	+	+				+
УМ 13				+				+								+									
УМ 14			+					+					+	+								+			
УМ 15															+										
УМ16			+					+				+													+
УМ17																									+
УМ18															+										+