

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
(протокол № 1 від «23» 01 2023 р.)

Голова Вченої ради

Михайло ІЛЬЧЕНКО



ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ
(Industrial Marketing)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

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

Введено в дію з 2023/2024 навч року

Наказом ректора

КПІ ім. Ігоря Сікорського

від «14» 05 2023р.

№ НОЧ/165/2023

Київ – 2023

ПРЕАМБУЛА

РОЗРОБЛЕНО проектною групою:

Керівник проектної групи

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



Члени проектної групи:

Лилик Ірина Вікторівна, президент ГО «Українська асоціація маркетингу»

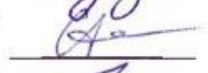
Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу



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



Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу



Шульгіна Людмила Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу



Писаренко Наталія Леонідівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу




Северин Микита Андрійович, здобувач



ПОГОДЖЕНО:

Науково-методична комісія КПІ ім. Ігоря Сікорського

зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Голова НМКУ  Людмила ШУЛЬГІНА

Протокол № 2/23 від «12» 01.2023 р.

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського

Голова Методичної ради  Анатолій МЕЛЬНИЧЕНКО

(протокол № 4 від «19» 01.2023 р.).

ВРАХОВАНО:

1. Чинний стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ МОН № 1343 від 05.12.2018).
2. Обговорення пропозицій та змін на засіданнях НМКУ 075 (протоколи №№ 6/22 від 30.11.2022, 1/23 від 04.01.2023, 2/23 від 12.01.2023).
3. Обговорення результатів внутрішнього самоаналізу, пропозицій від роботодавців та студентів на засіданнях кафедри (протоколи №№ 3/1 від 28.10.2022, 11 від 09.01.2023).
4. Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/137>)

Рецензії-відгуки стейкхолдерів додаються:

Ірина Холод

ТОВ ЛІГА: ЗАКОН,
директор з маркетингу

Ірина Лілик

ГО «Українська асоціація маркетингу»,
президент

Олена Кубишина

ТОВ «Єврокар»
Директор департаменту маркетингу та реклами

Маргарита Дітріх

ТОВ «Торговий дім «Санітарний щит України»
Директор

ОП обговорено після надходження всіх побажань та пропозицій від здобувачів і випускників ОП, а також інших стейкхолдерів та схвалено на розширеному засіданні кафедри промислового маркетингу (протокол № 11 від 09.01.2023 р.)

ЗМІСТ

1.	Профіль освітньої програми.....	5
2.	Перелік компонент освітньої програми.....	11
3.	Структурно-логічна схема освітньої програми.....	13
4.	Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти.....	14
5.	Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	14
6.	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.....	16

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
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
Офіційна назва освітньої програми	Промисловий маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів, термін навчання 3 роки, 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, № 1836, виданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, термін дії: до 01.07.2026 р.
Рівень з НРК/ Рівень вищої освіти	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/navchalnyi-plan.html https://osvita.kpi.ua/op
2 – Мета освітньої програми	
<p>Підготовка бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, що передбачає застосування сучасних економічних та управлінських теорій та методів, і характеризується комплексністю та невизначеністю умов в сфері промислового маркетингу.</p> <p>Мета освітньої програми відповідає Стратегії розвитку та місії КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://kpi.ua/2020-2025-strategy), зокрема, п. 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, та передбачає підготовку фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані завдання маркетингової діяльності, здійснювати і забезпечувати міжкультурну фахову взаємодію представників наукової спільноти, спрямовану на інтеграцію університетської освіти в європейський освітньонауковий простір шляхом інтернаціоналізації освітнього процесу в умовах сталого інноваційного науково-технічного розвитку суспільства та формування високої адаптивності здобувачів вищої освіти в умовах трансформації ринку праці через взаємодію з роботодавцями та іншими стейкхолдерами.</p>	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності в сфері промислового маркетингу. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-</p>

	<p>категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми	<p>Підготовка фахівців в сфері маркетингу, що володіють компетенціями, необхідними для провадження маркетингової діяльності на промисловому ринку на функціональному рівні.</p> <p>Ключові слова: ринок, маркетинг, промисловий маркетинг, функціональні задачі маркетингу, маркетингові дослідження</p>
Особливості програми:	<p>Унікальність ОП «Промисловий маркетинг» полягає у тому, що:</p> <ol style="list-style-type: none"> орієнтована на підготовку фахівців, що володіють знаннями з провадження маркетингової діяльності підприємств, що працюють на промисловому ринку; побудована на унікальних теоретико-методичних та науково-практичних розробках колективу кафедри, що з 1992 року займається саме проблемами промислового маркетингу, досвіді співпраці з підприємствами та науковими установами, пов'язаними з виробничою та науково-технічною діяльністю; співпраці з технічними інститутами, факультетами університету, його інноваційними підрозділами; кафедра промислового маркетингу була першою в Україні та донедавна єдиною кафедрою маркетингу, яка спеціалізується саме на промисловому маркетингу; програма має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються по конкретним підприємствам; викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики, сучасні освітні технології.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010, у чинній редакції випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням:</p> <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p>
Подальше навчання	Можливість продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні

	вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Загальний стиль навчання: проблемно-орієнтований. Навчання проводиться у формі лекцій, практичних занять та комп'ютерних практикумів, виконання курсових робіт та індивідуального семестрового завдання у вигляді розрахункових робіт, написання рефератів та аналітичних оглядів, проведення консультування, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику, використовуються окремі елементи змішаного навчання, переддипломна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дипломного дослідження, виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи
Оцінювання	Всі види навчальної діяльності та контрольні заходи (усні та письмові заліки, екзамени, модульні контрольні роботи, тестування та опитування, індивідуальні семестрові завдання, окреме оцінювання курсових робіт, захист бакалаврської дипломної роботи) оцінюються відповідно до рейтингової системи за стобальною шкалою з подальшим переведенням в оцінки університетської шкали. Також проміжною формою контролю є календарна атестація.
6 – Програмні компетентності	
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 на промисловому ринку.
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК 1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК 2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК 4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК 5	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
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (ФК)	
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
ФК 15	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на промисловому та спорідненими з ними ринках
ФК 16	Здатність враховувати техніко-економічні особливості підприємств, що працюють на промисловому ринку, у функціональній діяльності маркетолога
7 – програмні результати навчання	
ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на

	основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН 19	Демонструвати знання особливостей промислового та споріднених з ним ринків, функціонування господарських суб'єктів на ньому, та враховувати це у функціональній діяльності маркетолога.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
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 в чинній редакції.

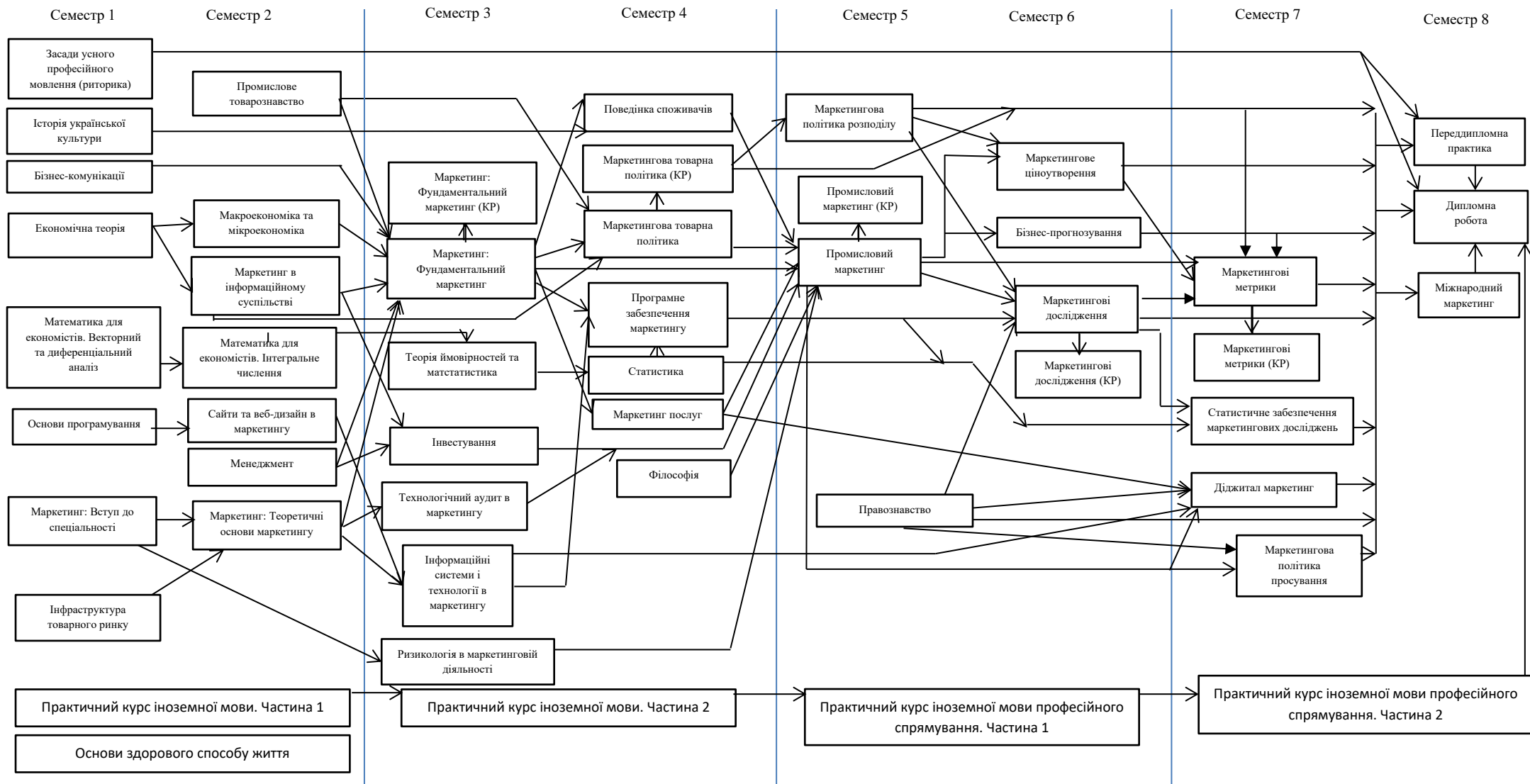
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
Інформаційне та навчально-методичне 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 в чинній редакції.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програмою дозволяється можливість академічної мобільності у відповідності з угодами, підписаними Університетом, згідно з чинним законодавством.
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою дозволяється міжнародна академічна мобільність (зокрема, Еразмус+) відповідно до Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Для іноземних громадян навчання проводиться українською 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
1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) освітні компоненти			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ЗО 1	Засади усного професійного мовлення (риторика)	2	Залік
ЗО 2	Історія української культури	2	Залік
ЗО 3	Основи здорового способу життя	3	Залік
ЗО 4	Практичний курс іноземної мови:	6	
ЗО 4.1	Практичний курс іноземної мови. Частина 1	3	Залік
ЗО 4.2	Практичний курс іноземної мови. Частина 2	3	Залік
ЗО 5	Філософія	2	Залік
ЗО 6	Правознавство	2	Залік
ЗО 7	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування:	6	
ЗО 7.1	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 1	3	Залік
ЗО 7.2	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 2	3	Екзамен
ЗО 8	Економічна теорія	4	Екзамен
ЗО 9	Бізнес-комунікації	3,5	Залік
ЗО 10	Основи програмування	3	Залік
ЗО 11	Менеджмент	3	Залік
ЗО 12	Макроекономіка та мікроекономіка	4,5	Залік
ЗО 13	Сайти та веб-дизайн в маркетингу	3	Залік
ЗО 14	Математика для економістів:	8,5	
ЗО 14.1	Математика для економістів. Частина 1. Векторний та диференціальний аналіз	4	Залік
ЗО 14.2	Математика для економістів. Частина 2. Інтегральне числення	4,5	Екзамен
ЗО 15	Теорія ймовірностей та математична статистика для маркетингу	4,5	Екзамен
ЗО 16	Статистика	5	Екзамен
1.2. Цикл професійної підготовки			
ПО 1	Інфраструктура товарного ринку	4	Екзамен
ПО 2	Промислове товарознавство	3	Залік
ПО 3	Маркетинг в інформаційному суспільстві	4,5	Екзамен
ПО 4	Маркетинг:	13,5	
ПО 4.1	Маркетинг. Частина 1. Вступ до спеціальності	4,5	Екзамен
ПО 4.2	Маркетинг. Частина 2. Теоретичні основи маркетингу	4,5	Екзамен
ПО 4.3	Маркетинг. Частина 3. Фундаментальний маркетинг	4,5	Екзамен
ПО 5	Фундаментальний маркетинг. Курсова робота	1	Залік
ПО 6	Інвестування	5	Екзамен
ПО 7	Технологічний аудит в маркетингу	4,5	Залік

1	2	3	4
ПО 8	Ризикологія в маркетинговій діяльності	3,5	Залік
ПО 9	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3,5	Залік
ПО 10	Маркетингова товарна політика	4,5	Екзамен
ПО 11	Маркетингова товарна політика. Курсова робота	1	Залік
ПО 12	Поведінка споживачів	5	Екзамен
ПО 13	Програмне забезпечення маркетингу	4,5	Залік
ПО 14	Маркетинг послуг	4,5	Залік
ПО 15	Промисловий маркетинг	4,5	Екзамен
ПО 16	Промисловий маркетинг. Курсова робота	1	Залік
ПО 17	Маркетингова політика розподілу	5	Екзамен
ПО 18	Бізнес-прогнозування	3	Залік
ПО 19	Маркетингові дослідження	4,5	Екзамен
ПО 20	Маркетингові дослідження. Курсова робота	1	Залік
ПО 21	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ПО 22	Маркетингова політика просування	4	Екзамен
ПО 23	Маркетингові метрики	4,5	Екзамен
ПО 24	Маркетингові метрики. Курсова робота	1	Залік
ПО 25	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень	3,5	Залік
ПО 26	Діджитал маркетинг	3,5	Залік
ПО 27	Міжнародний маркетинг	4,5	Екзамен
ПО 28	Переддипломна практика	6	Залік
ПО 29	Дипломна робота	6	Захист
2. ВИБІРКОВІ освітні компоненти			
2.1. Цикл загальної підготовки			
ЗВ 1	Освітній компонент 1 ЗУ-каталогу	2	Залік
ЗВ 2	Освітній компонент 2 ЗУ-каталогу	2	Залік
2.2. Цикл професійної підготовки			
ПВ 1	Освітній компонент 1 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 2	Освітній компонент 2 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 3	Освітній компонент 3 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 4	Освітній компонент 4 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 5	Освітній компонент 5 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 6	Освітній компонент 6 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 7	Освітній компонент 7 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 8	Освітній компонент 8 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 9	Освітній компонент 9 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 10	Освітній компонент 10 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 11	Освітній компонент 11 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 12	Освітній компонент 12 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 13	Освітній компонент 13 Ф-каталогу	4	Залік
ПВ 14	Освітній компонент 14 Ф-каталогу	4	Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180	
Загальний обсяг вибіркових компонентів:		60	
Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей визначених СВО		122	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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 «Промисловий маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Випускна атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

(УТОЧНЕННЯ: ЗАГАЛЬНІТА СПЕЦІАЛЬНІ (ФАХОВІ) КОМПЕТЕНЦІЇ ПО НОРМАТИВНИХ (ОБОВ'ЯЗКОВИХ) ОК)

	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
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																
ФК 15																
ФК 16																

(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	ПО 17	ПО 18	ПО 19	ПО 20	ПО 21	ПО 22	ПО 23	ПО 24	ПО 25	ПО 26	ПО 27	ПО 28	ПО 29
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			+														+				+	+	+	+					+
ФК 15										+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+			+
ФК 16							+								+	+													+

6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

(УТОЧНЕННЯ: ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ 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
ПРН 1								+				+	+	+		
ПРН 2								+				+		+	+	
ПРН 3				+		+	+			+	+		+	+	+	+
ПРН 4														+	+	+
ПРН 5					+							+				
ПРН 6											+					
ПРН 7										+			+			+
ПРН 8																
ПРН 9																
ПРН10	+								+		+					+
ПРН11		+					+	+	+			+				+
ПРН12					+									+		+
ПРН13											+					
ПРН14									+							
ПРН15		+	+	+	+	+	+									
ПРН16													+			
ПРН17	+			+			+									
ПРН18		+			+						+					
ПРН 19																

(УТОЧНЕННЯ: ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ 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	ПО 17	ПО 18	ПО 19	ПО 20	ПО 21	ПО 22	ПО 23	ПО 24	ПО 25	ПО 26	ПО 27	ПО 28	ПО 29
ПРН 1	+			+	+			+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+				+	+	+	+
ПРН 2	+			+	+			+		+	+	+		+	+	+		+	+	+		+	+	+			+		
ПРН 3	+	+		+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН 4				+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН 5	+				+		+	+			+	+				+		+	+	+			+	+			+		
ПРН 6		+				+	+	+	+									+		+	+		+	+	+				+
ПРН 7			+						+				+							+	+		+		+	+	+		+
ПРН 8			+						+	+	+	+	+											+	+	+	+		+
ПРН 9						+		+									+						+	+			+		+
ПРН10					+						+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ПРН11		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН12	+			+	+	+				+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН13					+	+					+			+		+				+		+						+	+
ПРН14				+						+				+	+							+	+				+		
ПРН15				+										+													+		
ПРН16			+	+					+					+								+						+	+
ПРН17					+						+					+				+		+		+					+
ПРН18																													+
ПРН 19							+			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+