



APPROVED
by the Academic Council
of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
(minutes of meeting № 5 of 13.05.2024)
Chairman of the Academic Council
Mykhailo ILCHENKO



ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ INDUSTRIAL MARKETING

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА / PROFESSIONAL EDUCATIONAL PROGRAMME
ЄДЕБО ID: **16478**

Перший (бакалавський) рівень вищої освіти
Спеціальність: 75 Маркетинг
Галузь знань: 07 - Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

The first (bachelor) level of higher education
Speciality: 75 Marketing
Knowledge branch: 07 - Management and
administration
Qualification: Bachelor of Marketing

Введено в дію з 2024/2025 н.р.
наказом ректора № _____ від 10.06 2024 р.

НQA/1434/24

Enacted since 2024/2025 academic year
by rector's order No. _____ of 10.06 2024

НQA/1434/24



Київ/Kyiv
2024

ПРЕАМБУЛА/PREAMBLE

РОЗРОБЛЕНО/ELABORATED:

РОЗРОБЛЕНО проектною групою:

Керівник проектної групи

Черненко Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу, гарант ОПП "Промисловий маркетинг" першого (бакалаврського) рівня освіти

Члени проектної групи:

Лилик Ірина Вікторівна, президент ГО «Українська асоціація маркетингу»

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

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

Жигалкевич Жанна Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу

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, доцент кафедри промислового маркетингу

Деркач Вікторія, здобувач

DEVELOPED by the project group:

Head of the project group

Chernenko Oksana Volodymyrivna, candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the industrial marketing department, guarantor of the "Industrial Marketing" OPP of the first (bachelor's) level of education

Members of the project team:

Lylyk Iryna Viktorivna, president of the NGO "Ukrainian Marketing Association"

Solntsev Sergii Oleksiyovych, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Head of the Department of Industrial Marketing

Shulhina Liudmyla Mykhailivna, doctor of economic sciences, professor, professor of the department of industrial marketing

Zhygalkevych Zhanna Mykhailivna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Industrial Marketing

Zozulov Oleksandr Viktorovych, candidate of economic sciences, professor, professor of the department of industrial marketing

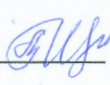
Kubyshina Nadiya Serhiivna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing

Tsarova Tetiana Oleksandrivna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing

Victoria Derkach, acquirer

ПОГОДЖЕНО/AGREED:

Науково-методична комісія Університету зі спеціальності 075 «Маркетинг»/Scientific and methodological commission of the University on specialty 075 "Marketing"

Голова НМКУ/Head of SMCU  Людмила ШУЛЬГІНА/ Liudmyla SHULHINA

Протокол №/Protocol No. 6/24 від/of «30» 04 2024р./year

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського/Methodical Council of KPI named after Igor Sikorsky

Заступник голови Методичної ради/Deputy Chairman of the Methodological Council 
Анатолій МЕЛЬНИЧЕНКО/ Anatolii MELNYCHENKO

(протокол №/protocol No 7 від/of «09» 05 2024р./year).

ВРАХОВАНО/CONSIDERED:

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 від роботодавців та студентів на засіданнях НМКУ 075 (протоколи №№ 5/24 від 24.04.2024, 6/24 від 30.04.2024).
3. Обговорення результатів внутрішнього самоаналізу, пропозицій від роботодавців та студентів на засіданнях кафедри (протоколи №№ 3 від 18.10.2023, 19 від 26.04.2024).
4. Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/137>)
5. Наказ НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» (https://document.kpi.ua/2024_HOD-263).

Рецензії-відгуки стейкхолдерів додаються:

Олена Кубишина
ОВ «Єврокар»
Директор департаменту маркетингу та реклами

Маргарита Дітріх
ТОВ «Торговий дім «Санітарний щит України»
Директор

Dr Nataliia Pysarenko,
University of Exeter, UK
senior lecturer in marketing

1. The current standard of higher education in specialty 075 "Marketing" for the first (bachelor) level of higher education (Order of the Ministry of Education and Culture No. 1343 dated 05.12.2018).
2. Discussion of proposals from employers and students at meetings of NMCU 075 (minutes No. 5/24 dated 04/24/2024, 6/24 dated 04/30/2024).
3. Discussion of the results of internal self-analysis, proposals from employers and students at department meetings (protocols No. 3 dated 18.10.2023, 19 dated 26.04.2024).
4. Regulations on the development, approval, monitoring and revision of educational programs at KPI named after Igor Sikorskyi (<https://osvita.kpi.ua/node/137>)
5. Order NOD/263/2024 dated April 8, 2024 "On the organization and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year" (https://document.kpi.ua/2024_HOD-263).
6. Draft order of the Ministry of Education and Science "On introducing changes to certain standards of public lighting" 2024 rub.

Stakeholder reviews are attached:

Olena Kubyshina
JSC "Eurocar"
Director of the Marketing and Advertising Department

Margarita Dietrich
Trading House "Sanitary Shield of Ukraine" LLC
Director

Dr Nataliia Pysarenko,
University of Exeter, UK
senior lecturer in marketing

Еволюція ОП/Evolution of the EP

Еволюція освітньої програми "Промисловий маркетинг" першого (бакалаврського) рівня навчання порівняно із попередньою версією, введеною в дію від 17.05.2023 року (Наказ НОН/165/2023), враховує рекомендації і вимоги стейкхолдерів та вимоги Наказу НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» і включає в себе нижчеподані зміни.

1. Зі складу освітніх компонент циклу загальної підготовки виведено ОК «Економічна теорія», натомість збільшено обсяг ОК «Макроекономіка та мікроекономіка», з якої призначено іспит. Так ОК «Макроекономіка та мікроекономіка» перенесено до першого семестру навчання із метою посилення теоретичної бази для підготовки до викладання ОК «Маркетинг», яка починається у другому семестрі. Також зі складу ОК циклу професійної підготовки виведено ОК «Технологічний аудит в маркетингу», натомість до ОК циклу загальної підготовки введено ОК «Технологічні засади маркетингової діяльності» щоб розширити зміст дисципліни та надати узагальнене уявлення про технологію як основу діяльності бізнесу в цілому. Також до складу ОК циклу загальної підготовки переведено дисципліну «Статистичне забезпечення маркетингових досліджень», яка викладається у 7 семестрі, щоб посилити акцент на статистичній складовій ОК. Також до циклу загальної підготовки введено нову ОК «Бізнес-планування», яка є необхідною частиною роботи маркетолога з огляду на потребу плануванні багатокомпонентної маркетингової функції, а також для підготовки здобувачів до опанування ОП «Промисловий маркетинг» другого (магістерського) освітнього рівня.

2. Зі складу освітніх компонент циклу професійної підготовки виведено ОК «Промислове товарознавство», оскільки ключові складові цієї ОК можна забезпечити дисципліною «Маркетингова товарна політика». Також виведено ОК «Інвестування» як дисципліну

економічного спрямування. Виведено зі складу дві ОК: «Ризикологія в маркетинговій діяльності» та «Інформаційні системи і технології в маркетингу». Натомість запроваджено комплексну дисципліну «Інформаційний інструментарій в маркетинговій аналітиці в умовах невизначеності». Запроваджено ОК «Вступ в маркетинг», щоб розвантажити ОК «Маркетинг», яка наразі буде складатись з двох кредитних модулів замість трьох.

ОК «Програмне забезпечення маркетингу» перейменовано в «Програмне забезпечення для аналізу даних в маркетингу», що більш точно відображає зміст дисципліни та її мету.

3. ОК "Діджитал маркетинг" перенесено із сьомого семестру до третього в межах циклу професійної підготовки із метою скорішого надання загального розуміння цифрового контексту, в якому має працювати маркетолог. Подальше вивчення дисциплін має відбуватись із розумінням цього контексту. В межах такого ж задуму перенесено ОК «Бізнес-прогнозування» (із шостого семестру в третій). ОК «Інфраструктура товарного ринку» перенесено із першого семестру на другий, оскільки в першому семестрі викладається «Макроекономіка та мікроекономіка», що слугує економічним підґрунтям для подальшого вивчення маркетингової теорії.

4. Відповідно до Наказу НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» було збільшено обсяг збільшено обсяг окремих ОК циклів загальної та професійної підготовки, щоб уникнути дробових значень кредитів та вийти на рекомендований рівень кредитів для екзаменаційних та залікових ОК згідно рекомендацій до кожного циклу.

5. Також відбулись зміни і у частині реалізації загальних та фахових компетенцій окремими освітніми компонентами.

1) На виконання Наказу Міністерства освіти і науки України № 842 від 13.06.2024 до переліку загальних компетентностей було додано п. 15 такого змісту: «ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності». Компетенцію призначено ОК: ЗО 01 «Засади усного професійного мовлення (риторика)»

2) ОК "Бізнес-планування" (нова дисципліна) призначено ЗК 03, ЗК 07, ЗК 09, ЗК 11, ЗК 12, ФК 05, ФК 07, ФК 11, ФК 13, ФК 16 та ПРН 02, ПРН 04, ПРН 07, ПРН 10, ПРН 11, ПРН 13, ПРН 19.

6. Порівняно із попередньою версією ОП спрощено схему зв'язків між ОК. Прибрано зайві зв'язки, а також зв'язки, які забезпечували дисципліни, виведені зі структури ОП, додано нові, які забезпечують нову ОК та дисципліни, які були переміщені в інші семестри.

The evolution of the educational program "Industrial Marketing" of the first (bachelor's) level of study compared to the previous version, put into effect on 17.05.2023 (Order НОН/165/2023), takes into account the recommendations and requirements of stakeholders and the requirements of the Order NOD/263/2024 dated 08.04 .2024 "On the organization and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year" and includes the following changes.

1. From the educational components of the cycle of general training, the "Economic theory" OC was removed, instead, the scope of the "Macroeconomics and microeconomics" OC, from which the exam is scheduled, was increased. Thus, the OC "Macroeconomics and Microeconomics" was transferred to the first semester of study in order to strengthen the theoretical base for preparation for teaching the OC "Marketing", which begins in the second semester. Also, the OC "Technological audit in marketing" was removed from the OC of the professional training cycle, instead the OC "Technological foundations of marketing activity" was introduced to the OC of the general training cycle in order to expand the content of the discipline and provide a generalized idea of technology as the basis of business activity as a whole. Also, the discipline "Statistical support of marketing research", which is taught in the 7th semester, has been transferred to the OC of the general

training cycle in order to strengthen the emphasis on the statistical component of the OC. Also, a new OC "Business Planning" was introduced into the cycle of general training, which is a necessary part of the marketer's work in view of the need to plan a multi-component marketing function, as well as to prepare applicants for mastering the OP "Industrial Marketing" of the second (master's) educational level.

2. From the educational components of the cycle of professional training, the OK "Industrial Commodity Science" was derived, since the key components of this OK can be provided by the discipline "Marketing Commodity Policy". Also, OK "Investment" was introduced as a discipline of economic direction. Two OKs were removed from the composition: "Riskology in marketing activity" and "Information systems and technologies in marketing". Instead, a comprehensive discipline "Information toolkit in marketing analytics in conditions of uncertainty" was introduced. Introduction to Marketing EC has been introduced to relieve the burden of the Marketing EC, which will currently consist of two credit modules instead of three.

OK "Marketing software" has been renamed "Software for data analysis in marketing", which more accurately reflects the content of the discipline and its purpose.

3. OK "Digital Marketing" has been moved from the seventh semester to the third within the cycle of professional training in order to provide a faster general understanding of the digital context in which a marketer should work. Further study of the disciplines must take place with an understanding of this context. Within the framework of the same plan, the OK "Business forecasting" was transferred (from the sixth semester to the third). OC "Infrastructure of the commodity market" was transferred from the first semester to the second, since in the first semester "Macroeconomics and microeconomics" is taught, which serves as an economic basis for further study of marketing theory.

4. In accordance with the Order NOD/263/2024 dated 04/08/2024 "On the organization and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year", the volume of individual OK cycles of general and professional training was increased in order to avoid fractional values of credits and reach the recommended level of credits for examination and credit OCs according to the recommendations for each cycle.


5. There have also been changes in the implementation of general and professional competencies by individual educational components.

1) Pursuant to the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 842 dated 13.06.2024, item 15 of the following content was added to the list of general competencies: "ZK 15. The ability to make decisions and act in accordance with the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of dishonesty." Competence assigned by OK: ZO 01 "Principles of oral professional speech (rhetoric)"

2) OK "Business Planning" (new discipline) assigned to ZK 03, ZK 07, ZK 09, ZK 11, ZK 12, FC 05, FC 07, FC 11, FC 13, FC 16 and PRN 02, PRN 04, PRN 07, PRN 10, PRN 11, PRN 13, PRN 19.

6. Compared to the previous version of the OP, the scheme of connections between OKs has been simplified. Redundant connections were removed, as well as connections that provided disciplines removed from the OP structure, new ones were added that provided a new OC and disciplines that were moved to other semesters.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/ EDUCATIONAL PROGRAMME PROFILE

1 - Загальна інформація/General information		
Повна назва ЗВО та навчального підрозділу/Full name of Higher education institution and faculty/institute	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Факультет менеджменту та маркетингу	National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Faculty of Management and Marketing
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації/Higher education degree and qualification title	Ступінь бакалавра бакалавр маркетингу	Bachelor Degree Bachelor of Marketing
Офіційна назва ОП/Educational programme official title	Промисловий маркетинг	Industrial Marketing
Тип диплому та обсяг ОП/Diploma type and EP scope	Диплом бакалавра, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців	Bachelor diploma, 240 credits ECTS, training period 3 years 10 months
Наявність акредитації/Prior accreditation	Акредитовано НАЗЯВО, сертифікат 5455 від 2023-07-07 дійсний до 2026-07-01	Accredited by NAQA, certificate No 5455 from 2023-07-07 valid to 2026-07-01
Цикл, рівень ВО/Education cycle, level of HE	НПК України – 6 рівень QF-EHEA – перший цикл EQF-LLL – 6 рівень	NQF of Ukraine - 6 level QF-EHEA – 1 cycle EQF-LLL – 6 level
Передумови/Prerequisites	Наявність повної загальної середньої освіти	Complete general secondary education
Форми здобуття освіти/ Forms of Education	Очна (денна); Заоч.;	full-time; part-time;
Мова(и) викладання/Language (s) of instruction	Українська	Ukrainian
Інтернет-адреса розміщення ОП /URL of the educational program	https://osvita.kpi.ua/075_OPP_B_PM	
2 - Мета освітньої програми/Educational programme purpose		
Підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері промислового маркетингу, які володіють сучасними економічними та управлінськими знаннями, здатних розв'язувати складні спеціалізовані завдання маркетингової діяльності, зберігаючи моральні, культурні, наукові цінності громадянського суспільства та відповідає Стратегії розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського в умовах трансформації ринку праці та динамічних викликів бізнес середовища.	Training of highly qualified specialists in the field of industrial marketing who possess modern economic and managerial knowledge, capable of solving complex specialized tasks of marketing activities, preserving the moral, cultural and scientific values of civil society and corresponds to the Development Strategy of KPI named after Igor Sikorskyi in the conditions of transformation of the labor market and dynamic challenges of the business environment.	

3 - Характеристика освітньої програми/ Educational programme characteristics	
Предметна область/Subject area	
<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які усвідомлюють цінності громадянського суспільства та володіють сучасним економічним мисленням і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності в сфері промислового маркетингу.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	<p>Object of study: marketing activity as a form of interaction of subjects of market relations to satisfy their economic and social interests.</p> <p>Learning objectives: training bachelors of marketing who are aware of the values of civil society and possess modern economic thinking and the relevant competencies necessary for the implementation of effective marketing activities in the field of industrial marketing.</p> <p>Theoretical content of the subject area: the essence of marketing as a modern concept of business management; conceptual and categorical apparatus, principles, functions, concepts of marketing and their historical prerequisites; the specifics of the activities of market entities in different areas and on different types of markets; content of marketing activities, development of marketing strategies and formation of managerial decisions in the field of marketing.</p> <p>Methods, techniques and technologies: general scientific and special methods, professional methods and technologies necessary to ensure effective marketing activities.</p> <p>Tools and equipment: modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions.</p>
Орієнтація ОП/Aspect	
Освітньо-професійна	Educational and professional
Основний фокус ОП/Main focus	
<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>	<p>Training of specialists in the field of marketing who possess the competencies necessary for the implementation of marketing activities in the industrial market at the functional level.</p> <p>Keywords: market, marketing, industrial marketing, functional tasks of marketing, marketing research</p>
Особливості ОП/Features	

<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 науковопрактичних 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. 	<p>The uniqueness of OP "Industrial Marketing" is that:</p> <ol style="list-style-type: none"> focused on the training of specialists with knowledge of implementation of marketing activities of enterprises working for the industrial market; built on the unique theoretical-methodical and scientific-practical developments of the staff of the department, which since 1992 has been engaged in precisely the problems of industrial marketing, experience of cooperation with enterprises and scientific institutions related to production and scientific and technical activity; cooperation with technical institutes, the faculties of the university, its innovative units; the department of industrial marketing was the first in Ukraine and until recently, the only department of marketing that specializes in industrial marketing; the program has a high practical orientation: individual works students are carried out at specific enterprises; teachers use their own scientific developments, author's methods, modern educational technologies.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання/ Eligibility of graduates for employment and further study	
Придатність до працевлаштування/Eligibility for employment	
<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 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 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p>	<p>According to the State Classifier of Professions DK 003:2010, in the current edition, graduates can work in positions corresponding to the classification groups:</p> <p>1475 Marketing manager 1475.3 Market research and public opinion managers 1475.4 Marketing, logistics, supply, sales, public relations manager 1476.1 Advertising manager 2419.2 Marketing consultant 2419.2 Public and press relations specialist 2419.2 Specialist-analyst in commodity market research 2419.2 Advertiser 2419.2 Specialist in sales market expansion methods (marketer)</p>
Подальше навчання/Further study	
<p>Можливість продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>	<p>The opportunity to continue studying at the second (master's) level of higher education. Acquisition of additional qualifications in the postgraduate education system.</p>

5 - Викладання та оцінювання/Teaching and assessment**Викладання та навчання/Teaching and studying**

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

General learning style: problem-oriented. Teaching conducted in the form of lectures, practical classes and computer classes practicums, completion of coursework and individual semester work tasks in the form of calculation works, writing essays, etc analytical reviews, consulting, implementation interactive learning in the form of case tasks and discussions on the assignment subject, separate elements of blended learning are used, pre-diploma practice, participation in business seminars, participation in scientific ones conferences, writing articles and theses based on the results of the diploma research, performance of qualifying bachelor's work

Оцінювання/Assessment

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.

All types of educational activities and control measures (oral and written credits, exams, modular control papers, testing and survey, individual semester tasks, separate assessment coursework, bachelor thesis defense) are evaluated according to the rating system on the stobal scale and further transfer to university scale grades. Also intermediate the form of control is calendar certification.

6 - Програмні компетентності/Programme competencies		
Інтегральна компетентність/Integral competence		
	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.	Ability to solve complex specialized and practical tasks problems in the field of marketing activity or in the learning process, which involves the application of relevant theories and methods and is characterized by complexity and uncertainty of conditions on industrial market.
Загальні компетентності (ЗК)/General competencies		
ЗК 01	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.	The ability to realize one's rights and responsibilities as a member of society, to be aware of the values of a civil (free democratic) society and the need for its sustainable development, the rule of law, the rights and freedoms of a person and a citizen in Ukraine.
ЗК 02	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.	The ability to preserve and multiply moral, cultural, scientific values and achievements of society based on an understanding of the history and patterns of development of the subject area, its place in the general system of knowledge about nature and society and in the development of society, technology and technologies, to use various types and forms of motor activity for active recreation and leading a healthy lifestyle.
ЗК 03	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	Ability to abstract thinking, analysis and synthesis.
ЗК 04	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	Ability to learn and master modern knowledge.
ЗК 05	Здатність проявляти визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	The ability to show determination and persistence in relation to tasks tasks and assumed responsibilities
ЗК 06	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	Knowledge and understanding of the subject area and understanding of professional activity.
ЗК 07	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	Ability to apply knowledge in practical situations.
ЗК 08	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	Ability to conduct research at an appropriate level.
ЗК 09	Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.	Ability to use information and communication technologies.
ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною та державною мовами.	Ability to communicate in foreign and national languages.
ЗК 11	Здатність працювати в команді.	Ability to work in a team.
ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	Ability to communicate with representatives of other professional groups at different levels (with experts from other fields of knowledge/types of economic activity).
ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.	Ability to work in an international context.
ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	The ability to act socially responsibly and consciously.

ЗК 15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності	The ability to make decisions and act in accordance with the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of dishonesty
Фахові компетентності (ФК)/Professional competencies		
ФК 01	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	The ability to logically and consistently reproduce the acquired knowledge of the subject area of marketing.
ФК 02	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	The ability to critically analyze and generalize the provisions of the subject area of modern marketing.
ФК 03	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	The ability to use the theoretical provisions of marketing to interpret and predict phenomena and processes in the marketing environment.
ФК 04	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	The ability to conduct marketing activities based on an understanding of the essence and content of marketing theory and the functional relationships between its components.
ФК 05	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	Ability to correctly apply marketing methods, techniques and tools.
ФК 06	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	The ability to conduct marketing research in various areas of marketing activity.
ФК 07	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	The ability to determine the impact of functional areas of marketing on the results of economic activity of market entities.
ФК 08	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	Ability to develop marketing support for business development in conditions of uncertainty.
ФК 09	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	Ability to use marketing tools in innovative activities.
ФК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	Ability to use marketing information systems in making marketing decisions and develop recommendations for improving their effectiveness.
ФК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	The ability to analyze the behavior of market subjects and determine the peculiarities of the functioning of markets.
ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	The ability to substantiate, present and implement the results of research in the field of marketing.
ФК 13	Здатність планування і провадження ефективною маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	The ability to plan and implement effective marketing activities of a market entity in a cross-functional section.
ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	Ability to propose improvements to marketing functions.
ФК 15	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на промисловому та спорідненими з ними ринках	Ability to conduct marketing activities in industrial and related markets
ФК 16	Здатність враховувати техніко-економічні особливості підприємств, що працюють на промисловому ринку, у функціональній діяльності маркетолога	The ability to take into account the technical and economic features of enterprises operating on the industrial market in the functional activity of a marketer

7 - Програмні результати навчання (ПРН)/ Programme learning outcomes		
ПРН 01	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	Demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities.
ПРН 02	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	Analyze and forecast market phenomena and processes based on the application of fundamental principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities.
ПРН 03	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.	Apply acquired theoretical knowledge to solve practical tasks in the field of marketing, including in industrial and related markets.
ПРН 04	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	Collect and analyze the necessary information, calculate economic and marketing indicators, substantiate management decisions based on the use of the necessary analytical and methodical tools.
ПРН 05	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.	Identify and analyze the key characteristics of marketing systems of various levels, as well as the peculiarities of the behavior of their subjects, including in industrial and related markets.
ПРН 06	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	To determine the functional areas of the marketing activity of the market entity and their interrelationships in the management system, to calculate the relevant indicators that characterize the effectiveness of such activities.
ПРН 07	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.	Use digital information and communication technologies, as well as software products necessary for proper proceedings marketing activity and practical application of marketing tools, including in industrial and related markets.
ПРН 08	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	Apply innovative approaches to the implementation of marketing activities of a market entity, flexibly adapt to changes in the marketing environment.
ПРН 09	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Assess the risks of conducting marketing activities, establish the level of uncertainty of the marketing environment when making management decisions.
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.	Explain information, ideas, problems and alternative options for making management decisions to specialists and non-specialists in the field of marketing, representatives of various structural units of the market entity.
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта, у тому числі на промисловому та споріднених ринках.	Demonstrate the ability to apply an interdisciplinary approach and perform marketing functions of a market entity, including on industrial and related markets.

ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	Demonstrate the skills of independent work, flexible thinking, openness to new knowledge, be critical and self-critical.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	To be responsible for the results of one's activity, to show entrepreneurial and managerial initiative skills.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	Perform functional duties in the group, offer reasonable marketing solutions.
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.	To act socially responsible and socially conscious on the basis of ethical principles of marketing, respect for cultural diversity and values of civil society with respect for individual rights and freedoms.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	To meet the requirements of a modern marketer, to raise the level of personal professional training.
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	Demonstrate written and oral professional communication skills in national and foreign languages, as well as proper use of professional terminology.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Demonstrate responsibility in relation to moral, cultural, scientific values and achievements of society in professional marketing activities.
ПРН 19	Демонструвати знання особливостей промислового та споріднених з ним ринків, функціонування господарських суб'єктів на ньому, та враховувати це у функціональній діяльності маркетолога.	Demonstrate knowledge of the peculiarities of industrial and related markets, the functioning of economic entities on it, and take this into account in the functional activity of a marketer.

8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми/ Resource provision for programme implementation	
Кадрове забезпечення/Staffing	
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.	In accordance with personnel requirements for ensuring educational proceedings activities for the corresponding level of VO (Appendix 2 to the License Terms), approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 30, 2015. No. 1187 in the current version.
Матеріально-технічне забезпечення/ Material-technical support	
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.	In accordance with technological requirements for material and technical provision of educational activities of the corresponding level of HE (Appendix 4 to License conditions), approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 30, 2015 No. 1187 in the current edition.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення/ Information and methodical support of the educational process	
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.	In accordance with the technological requirements for educational and methodical and information support of educational activities of the corresponding level of HE (Appendix 5 to the License Terms), approved by the Cabinet Resolution of the Ministers of Ukraine dated December 30, 2015 No. 1187 in the current edition.
9 - Академічна мобільність/Academic mobility	
Національна кредитна мобільність/National credit mobility	
Програмою дозволяється можливість академічної мобільності у відповідності з угодами, підписаними Університетом, згідно з чинним законодавством	The program allows the possibility of academic mobility in compliance with the agreements signed by the University, in accordance with the current legislation
Міжнародна кредитна мобільність/International credit mobility	
Програмою дозволяється міжнародна академічна мобільність (зокрема, Еразмус+) відповідно до Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського.	The program allows international academic mobility (in particular, Erasmus+) in accordance with the Regulation on academic mobility of KPI named after Igor Sikorsky.
Навчання іноземних здобувачів ВО/Study of Foreign applicants of HE	
Для іноземних громадян навчання проводиться українською мовою.	For foreign citizens, education is conducted in Ukrainian language

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/COMPONENTS of EDUCATIONAL PROGRAMME

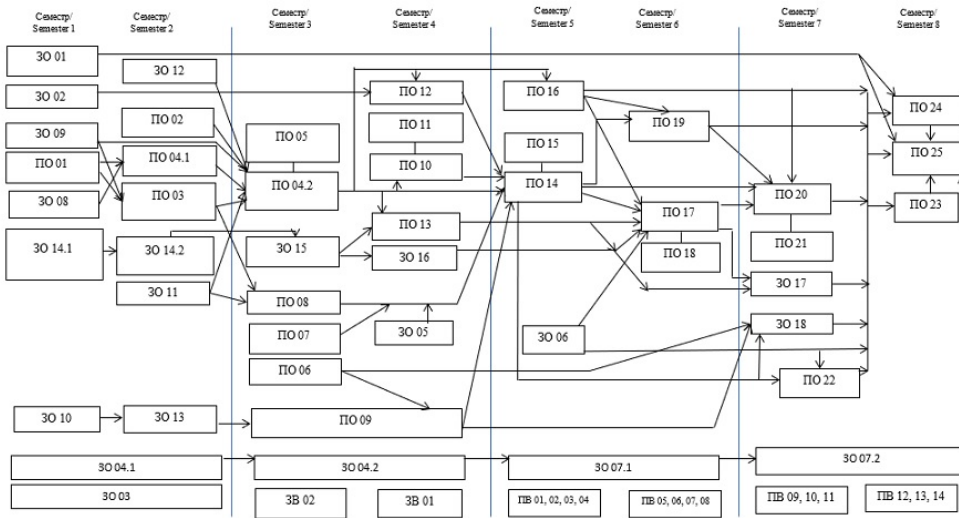
Код/Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ЕКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/Final control measure form
НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components			
Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки/General training cycle			
30 01	Засади усного професійного мовлення (риторика) / Principles of Oral Professional Speech (Rhetoric)	2.0	Залік / Final test
30 02	Історія української культури / History of Ukrainian Culture	2.0	Залік / Final test
30 03	Основи здорового способу життя / Fundamentals of a Healthy Lifestyle	3.0	Залік / Final test
30 04	Практичний курс іноземної мови / Practical Foreign Language Course		
30 04.1	Практичний курс іноземної мови. Частина 1 / Practical Foreign Language Course. Part 1	3.0	Залік / Final test
30 04.2	Практичний курс іноземної мови. Частина 2 / Practical Foreign Language Course. Part 2	3.0	Залік / Final test
30 05	Філософія / Philosophy	2.0	Залік / Final test
30 06	Правознавство / Science of Law	2.0	Залік / Final test
30 07	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування / Practical Foreign Language Course for Professional Purposes		
30 07.1	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 1 / Practical Foreign Language Course for Professional Purposes. Part 1	3.0	Залік / Final test
30 07.2	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 2 / Practical Foreign Language Course for Professional Purposes. Part 2	3.0	Екзамен / Exam
30 08	Макроекономіка та мікроекономіка / Macroeconomics and microeconomics	5.0	Екзамен / Exam
30 09	Бізнес-комунікації / Business communications	5.0	Екзамен / Exam
30 10	Основи програмування / Programming Fundamentals	3.0	Залік / Final test
30 11	Менеджмент / Management	3.0	Залік / Final test
30 12	Технологічні засади маркетингової діяльності / Technological principles of marketing activity	3.0	Залік / Final test
30 13	Сайти та веб-дизайн в маркетингу / Sites and web design in marketing	3.0	Залік / Final test
30 14	Вища математика для економістів / Higher mathematics for economists		
30 14.1	Вища математика для економістів. Частина 1. Векторний та диференціальний аналіз / Higher mathematics for economists. Part 1. Vector and differential analysis	5.0	Залік / Final test
30 14.2	Вища математика для економістів. Частина 2. Інтегральне числення / Higher mathematics for economists. Part 2. Integral calculus	5.0	Екзамен / Exam
30 15	Теорія ймовірностей та математична статистика / Probability theory and mathematical statistics	5.0	Екзамен / Exam
30 16	Статистика / Statistics	5.0	Екзамен / Exam
30 17	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень / Statistical support of marketing research	3.0	Залік / Final test
30 18	Бізнес-планування / Business planning	3.0	Залік / Final test
Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки /Professional training cycle			
ПО 01	Вступ в маркетинг / Introduction to marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 02	Інфраструктура товарного ринку / Market infrastructure	4.0	Залік / Final test
ПО 03	Маркетинг в інформаційному суспільстві / Marketing in an information society	4.0	Залік / Final test
ПО 04	Маркетинг / Marketing		
ПО 04.1	Маркетинг. Частина 1. Теоретичні основи маркетингу / Marketing. Part 1. Theoretical foundations of marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 04.2	Маркетинг. Частина 2. Фундаментальний маркетинг / Marketing. Part 2. Fundamental marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 05	Фундаментальний маркетинг. Курсова робота / Fundamental marketing. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 06	Бізнес-прогнозування / Business forecasting	4.0	Залік / Final test
ПО 07	Маркетинг послуг / Service marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 08	Діджитал маркетинг / Digital marketing	4.0	Залік / Final test

Код/Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/Final control measure form
ПО 09	Інформаційний інструментарій в маркетинговій аналітиці в умовах невизначеності / Information tools in marketing analytics in conditions of uncertainty	8.0	Залік / Final test
ПО 10	Маркетингова товарна політика / Marketing product policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 11	Маркетингова товарна політика. Курсова робота / Marketing commodity policy. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 12	Поведінка споживачів / Consumer behavior	5.0	Екзамен / Exam
ПО 13	Програмне забезпечення для аналізу даних в маркетингу / Software for data analysis in marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 14	Промисловий маркетинг / Industrial marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 15	Промисловий маркетинг. Курсова робота / Industrial marketing. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 16	Маркетингова політика розподілу / Marketing distribution policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 17	Маркетингові дослідження / Marketing researches	6.0	Екзамен / Exam
ПО 18	Маркетингові дослідження. Курсова робота / Marketing researches. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 19	Маркетингове ціноутворення / Marketing pricing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 20	Маркетингові метрики / Marketing metrics	5.0	Екзамен / Exam
ПО 21	Маркетингові метрики. Курсова робота / Marketing metrics. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 22	Маркетингова політика просування / Marketing promotion policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 23	Міжнародний маркетинг / International marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 24	Переддипломна практика / Pre-diploma Practice	6.0	Залік / Final test
ПО 25	Дипломна робота / Diploma Thesis	6.0	Захист / Defence
ВИБІРКОВІ освітні компоненти/Elective components			
Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки/General training cycle			
ЗВ 01	Освітній компонент 1 ЗУ-Каталогу / Educational component 1 GU-Catalogue	2.0	Залік / Final test
ЗВ 02	Освітній компонент 2 ЗУ-Каталогу / Educational component 2 GU-Catalogue	2.0	Залік / Final test
Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки/Professional training cycle			
ПВ 01	Освітній компонент 1 Ф-Каталогу / Educational Component 1 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 02	Освітній компонент 2 Ф-каталогу / Educational Component 2 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 03	Освітній компонент 3 Ф-каталогу / Educational Component 3 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 04	Освітній компонент 4 Ф-каталогу / Elective Educational Component 4 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 05	Освітній компонент 5 Ф-каталогу / Elective Educational Component 5 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 06	Освітній компонент 6 Ф-каталогу / Elective Educational Component 6 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 07	Освітній компонент 7 Ф-каталогу / Elective Educational Component 7 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 08	Освітній компонент 8 Ф-каталогу / Elective Educational Component 8 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 09	Освітній компонент 9 Ф-каталогу / Elective Educational Component 9 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 10	Освітній компонент 10 Ф-каталогу / Elective Educational Component 10 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 11	Освітній компонент 11 Ф-каталогу / Elective Educational Component 11 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 12	Освітній компонент 12 Ф-каталогу / Elective Educational Component 12 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 13	Освітній компонент 13 Ф-каталогу / Elective Educational Component 13 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 14	Освітній компонент 14 Ф-каталогу / Elective Educational Component 14 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
Загальний обсяг нормативних компонентів ОП/Total scope of the required components:		180	
Загальний обсяг вибіркових компонентів ОП/Total scope of the elective components:		60	

Код/Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/Final control measure form
	Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей визначених СВО/Total scope of the educational components aimed at acquisition of competencies specified in the Higher Education Standard:		180
	ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/TOTAL SCOPE OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME		240

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/STRUCTURAL-AND-LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/
STRUCTURAL AND LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM



5. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ/ THE FORM OF ATTESTATION FOR DEGREE PURSUERS

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.

Attestation of higher education applicants is carried out in the form of a public defense of the qualification work and ends with the issuance of a document of the established model on awarding a bachelor's degree with the qualification "Bachelor of Marketing" under the educational and professional program "Industrial Marketing" in the specialty 075 "Marketing". Graduation certification is carried out openly and publicly.

