

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Є.І. Сокол

« 15 »

01

2019 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: Бакалавр з маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»

Голова вченої ради

Л.Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 1 від

« 08 »

01

2019 р.


Харків 2019

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	Бакалавр з маркетингу

СХВАЛЕНО


Науково-методичною комісією зі спеціальності «Маркетинг»
Голова комісії


_____ Д.В. Райко

«08» 01 2019 р.

РЕКОМЕНДОВАНО


Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник голови методичної ради


_____ Р.П. Мигущенко

«08» 01 2019 р.

ПОГОДЖЕНО


Завідувач кафедри економіки і маркетингу


_____ В.В. Сисоєв

«08» 01 2019 р.

ПОГОДЖЕНО


Завідувач кафедри економічної кібернетики
та маркетингового менеджменту


_____ В.Я. Заруба

«08» 01 2019 р.

ПОГОДЖЕНО


Завідувач кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних
економічних відносин


_____ П.Г. Перерва

«08» 01 2019 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу


_____ О.В. Манойленко

«08» 01 2019 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» від «15» 01 2019 р. № 18 94

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.) проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі:

Голова проектної групи (гарант програми) – Райко Діана Валеріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту

Члени проектної групи:

1. Косенко Олександра Петрівна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і маркетингу.

2. Шипуліна Юлія Сергіївна - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту.

3. Ткачова Надія Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу.

4. Кітченко Олена Миколаївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу.

5. Кобелев Валерій Миколайович - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу.

6. Романчик Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу.

7. Мірошник Марія Володимирівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу, кафедра економіки і маркетингу, кафедра менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, кафедра економічної кібернетики та маркетингового менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, 4 роки
Наявність акредитації	Сертифікат НД № 2192159, термін дії до 01.07.2025 р.
Цикл / рівень програми	FQ-EHEA – перший цикл, QF LLL – 6 рівень, НРК – 7 рівень
Передумови	Повна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kpi.kharkov.ua/uk/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія.
Особливості програми	Програма є багатопрофільною та передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері маркетингової діяльності сучасних підприємств та в органі-

	зацій.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1237.1 Головні фахівці - керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476 Менеджери (управителі) з архітектури та будівництва, технічного контролю, аналізу та реклами 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, НРК – 8 рівень, QF-LLL – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл. Можливість післядипломної освіти для отримання професійної кваліфікації за відповідними професійними стандартами.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, кваліфікаційна робота, захист звіту з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи.
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.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадян-

	<p>ського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p>

	<p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Фахові компетентності за блоком дисциплін 01 «Рекламний бізнес» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>СК1.15. Здатність розробляти тексти та ескізи, що використовуються в PR та рекламі на веб-сайтах, та у масмедіа та здійснювати планування рекламних кампаній.</p> <p>СК1.16. Здатність оцінювати результативність і ефективність маркетингових комунікаційних заходів.</p> <p>СК1.17. Здатність враховувати специфіку застосування рекламних засобів у процесі формування фірмового стилю організації.</p>
<p>Фахові компетентності за блоком дисциплін 02 «Маркетинг і права охорона інтелектуальної власності» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>СК2.15. Здатність моделювати бізнес-процеси з використанням інтелектуальної власності на підприємстві та здійснювати їх діагностику з використанням оптимізаційних методів та моделей.</p> <p>СК2.16. Здатність планувати та контролювати заходи по ідентифікації об'єктів інтелектуальної власності, з визначенням вартості прав на них.</p> <p>СК 2.17. Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг світової системи управління інтелектуальною власністю та вміти адаптуватися до змін міжнародного середовища.</p>
<p>Фахові компетентності за блоком дисциплін 03 «Міжнародний маркетинг» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>СК3.15. Здатність здійснювати заходи міжнародної маркетингової діяльності в умовах глобалізації ринків.</p> <p>СК3.16. Здатність застосувати сучасні підходи до формування міжнародного маркетингового комплексу підприємства в умовах нестабільності ринкової кон'юнктури.</p> <p>СК3.17. Здатність застосовувати сучасний методичний інструментарій для проведення й оцінки ефективності маркетингових заходів на національному та міжнародних ринках.</p>
<p>Фахові компетентності за блоком дисциплін 04 «Маркетинговий менеджмент» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>СК4.15. Здатність розробляти та впроваджувати заходи зі створення іміджу підприємства, формування лояльності споживачів.</p> <p>СК4.16. Здатність застосовувати CRM-системи на підприємстві та проводити оцінку економічної доцільності їх використання на основі ключових показників ефе-</p>

	<p>ктивності. СК4.17. Здатність використовувати знання з новітніх медіакомунікативних технологій, в тому числі Інтернет-технологій.</p>
7 – Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)</p>	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, вияв-</p>

	<p>ляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. 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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<p>Програмні результати навчання за блоком дисциплін 01 «Рекламний бізнес» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>P1.19. Розробляти тексти та ескізи візуальних інструментів реклами, здійснювати планування рекламних кампаній.</p> <p>P1.20. Застосовувати оцінку результативності маркетингових комунікаційних заходів.</p> <p>P1.22. Враховувати при формуванні фірмового стилю організації специфіки використаних рекламних засобів.</p>
<p>Програмні результати навчання за блоком дисциплін 02 «Маркетинг і правова охорона інтелектуальної власності» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>P2.19. Застосовувати результати діагностики бізнес-процесів на підприємстві та використовувати оптимізаційні методи та моделі.</p> <p>P2.20. Розробляти плани та заходи контролю з ідентифікації об'єктів інтелектуальної власності.</p> <p>P2.21. Здійснювати комплексний аналіз та моніторинг світової системи управління інтелектуальною власністю та розробляти заходи щодо адаптації до змін міжнародного середовища.</p>
<p>Програмні результати навчання за блоком дисциплін 03 «Міжнародний маркетинг» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>P3.19. Реалізовувати заходи міжнародної маркетингової діяльності в умовах глобалізації ринків.</p> <p>P3.20. Демонструвати вміння щодо застосування підходів до формування міжнародного маркетингового комплексу підприємства.</p> <p>P3.21. Застосовувати сучасний методичний інструментарій для проведення та оцінки ефективності маркетингових заходів на національному та міжнародних ринках.</p>
<p>Програмні результати навчання за блоком дисциплін 04 «Маркетинговий менеджмент» (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>P4.19. Розробляти та впроваджувати засоби та заходи зі створення іміджу підприємства, вміння формувати лояльності споживачів.</p> <p>P4.20. Використовувати ключові показники ефективності CRM, вміння проводити оцінку економічної доцільності використання CRM-системи в організації.</p> <p>P4.21. Вміти використовувати новітні креативні медіа-</p>

	технології, здійснювати контроль за якістю рекламних кампаній, демонструвати здатність щодо оцінки цільової аудиторії, розроблення бюджету рекламної кампанії та оцінки її ефективності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та вищими навчальними закладами України
Міжнародна кредитна мобільність	Академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та Мішкольцьким університетом (Угорщина), Університет Щецина (Польща)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код	Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
1. Загальна підготовка			
ЗП 1	Українська мова	3.0	Іспит
ЗП 2	Екологія	3.0	Залік
ЗП 3	Вища математика	6.0	Іспит
ЗП 4	Економічна теорія	5.0	Іспит
ЗП 5	Економічна інформатика	6.0	Іспит
ЗП 6	Іноземна мова*	12.0	Залік (1-3, 7-8), Іспит (4)
ЗП 7	Історія та культура України	4.0	Іспит
ЗП 8	Правознавство	3.0	Залік
ЗП 9	Теорія ймовірностей і математична статистика	5.0	Іспит
ЗП 10	Мікроекономіка	6.0	Іспит
ЗП 11	Філософія	3.0	Іспит
ЗП 12	Макроекономіка	4.0	Іспит
ЗП	Фізичне виховання	12.0	Залік
2. Професійна підготовка			
ПП 1	Вступ до спеціальності	3.0	Залік
ПП 2	Основи менеджменту	4.0	Іспит
ПП 3	Соціологія	4.0	Залік
ПП 4	Економіка підприємства	6.0	Іспит
ПП 5	Маркетинг I	5.0	Залік
ПП 6	Маркетинг II	5.0	Іспит
ПП 7	Фінанси, гроші і кредит	4.0	Іспит
ПП 8	Міжнародна економіка	3.0	Залік
ПП 9	Інформаційні системи і бази даних	5.0	Іспит
ПП 10	Облік та аудит	4.0	Іспит
ПП 11	Управління персоналом	4.0	Іспит
ПП 12	Логістика	5.0	Іспит
ПП 13	Маркетингові дослідження	4.0	Іспит
ПП 14	Маркетингова товарна політика	6.0	Іспит
ПП 15	Маркетингове ціноутворення	6.0	Іспит
ПП 16	Маркетингові комунікації	5.0	Іспит
ПП 17	Маркетингова політика розподілу	5.0	Іспит
ПП 18	Інтернет маркетинг	4.0	Іспит
ПП 19	Поведінка споживача	6.0	Іспит
ПП 20	Маркетинг промислового підприємства	5.0	Іспит
ПП 21	Основи професійної безпеки та здоров'я людини	3.0	Іспит

3. Дисципліни вільного вибору			
3.1 Дисципліни вільного вибору за блоками			
3.1.1 Блок дисциплін 01 «Рекламний бізнес»			
ВБ1.1	Інфраструктура товарних ринків	4.0	Іспит
ВБ1.2	Соціально-етичний маркетинг	5.0	Залік
ВБ1.3	Товарознавство	5.0	Іспит
ВБ1.4	Маркетингове планування	5.0	Іспит
ВБ1.5	Планування та організація збуту	4.0	Іспит
ВБ1.6	Мерчандайзинг	5.0	Іспит
ВБ1.7	Зв'язки з громадськістю	4.0	Залік
ВБ1.8	Міжнародний маркетинг	4.0	Іспит
ВБ1.9	Медіапланування	4.0	Іспит
ВБ1.10	Маркетинг послуг	4.0	Іспит
ВБ1.11	Маркетинговий аудит	4.0	Іспит
	Практика	6.0	Залік
	Атестація	6.0	
3.1.2 Блок дисциплін 02 «Маркетинг і правова охорона інтелектуальної власності»			
ВБ2.1	Економіко- правова характеристика інтелектуальної власності	4.0	Іспит
ВБ2.2	Інформаційне забезпечення інтелектуальної власності	5.0	Залік
ВБ2.3	Маркетинг інтелектуальної власності	5.0	Іспит
ВБ2.4	Економіка інтелектуальної власності	5.0	Іспит
ВБ2.5	Інтелектуальна власність в інноваційній діяльності	4.0	Іспит
ВБ2.6	Оцінка комерційного потенціалу інтелектуальної власності	5.0	Іспит
ВБ2.7	Право інтелектуальної власності	4.0	Залік
ВБ2.8	Патентознавство	4.0	Іспит
ВБ2.9	Передача прав інтелектуальної власності	4.0	Іспит
ВБ2.10	Авторське та суміжні права	4.0	Іспит
ВБ2.11	Міжнародна система управління інтелектуальною власністю	4.0	Іспит
	Практика	6.0	Залік
	Атестація	6.0	
3.1.3 Блок дисциплін 03 «Міжнародний маркетинг»			
ВБ3.1	Інфраструктура міжнародних товарних ринків	4.0	Іспит
ВБ3.2	Мультикультурний маркетинг	5.0	Залік
ВБ3.3	Світовий ринок товарів і послуг	3.0	Іспит
ВБ3.4	Планування та аудит міжнародної маркетингової діяльності	4.0	Іспит
ВБ3.5	Міжнародна торгівля	3.0	Іспит
ВБ3.6	Маркетингові дослідження на міжнародному ринку	6.0	Залік
ВБ3.7	Митна справа	3.0	Іспит
ВБ3.8	Міжнародні організації	3.0	Іспит
ВБ3.9	Реклама в системі міжнародного маркетингу	4.0	Іспит
ВБ3.10	Маркетингові стратегії на міжнародному ринку	3.0	Іспит
ВБ3.11	Друга іноземна мова	10.0	Залік (5-7), Іспит (8)
	Практика	6.0	Залік

	Атестація	6.0	Залік
3.1.4 Блок дисциплін 04 «Маркетинговий менеджмент»			
ВБ4.1	Оптимізаційні методи та моделі	4.0	Іспит
ВБ4.2	Економетрика	5.0	Залік
ВБ4.3	Засоби аналізу даних	5.0	Іспит
ВБ4.4	Маркетинг інновацій	4.0	Іспит
ВБ4.5	Інформаційні системи в маркетингу	5.0	Іспит
ВБ4.6	Діагностика бізнес-процесів	4.0	Залік
ВБ4.7	Прогнозування соціально-економічних процесів	5.0	Іспит
ВБ4.8	Креативний маркетинг	4.0	Іспит
ВБ4.9	Маркетинг роздрібної торгівлі	4.0	Іспит
ВБ4.10	Комп'ютерна графіка та дизайн	4.0	Іспит
ВБ4.11	Планування маркетингових заходів	4.0	Іспит
	Практика	6.0	Залік
	Атестація	6.0	
3.2. Дисципліни вільного вибору студента			
ВС1	Дисципліна 1	4.0	Залік
ВС2	Дисципліна 2	4.0	Залік
ВС3	Дисципліна 3	4.0	Залік
	Загальна кількість за термін підготовки	240.0	
	Військова підготовка	19.0	

*Для іноземних студентів викладається дисципліна Українська мова як іноземна

4. РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА ГРУПАМИ КОМПОНЕНТІВ ТА ЦИКЛАМИ ПІДГОТОВКИ

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1	Цикл загальної підготовки	72 /30	- / -	72 /30
2	Цикл професійної та практичної підготовки	96 /40	72/30	168 / 70
Всього за весь термін навчання		168 / 70	72 / 30	240 / 100

5. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів) та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: **«Бакалавр маркетингу»**.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

