

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



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

«02» квітня 2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

кваліфікація Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»

Голова Вченої ради



/ Євген СОКОЛ

Протокол № 4

від «28» березня 2025 р.

Харків 2025 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Рівень вищої освіти

Перший (бакалаврський)

Галузь знань

07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність

075 «Маркетинг»

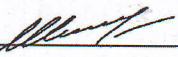
Кваліфікація

Бакалавр маркетингу

СХВАЛЕНО

Робочою групою ОП із спеціальності
«Маркетинг»

Гарант освітньої програми

 Юлія ШИПУЛІНА
«24» березня 2025 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

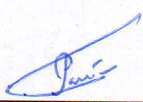
Методичною радою НТУ «ХПІ»

Заступник голови методичної ради

 Руслан МИГУЩЕНКО
«26» березня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувачка кафедри маркетингу

 Діана РАЙКО
«24» березня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового інституту
економіки, менеджменту і міжнародного
бізнесу

 Тарас ДАНЬКО
«25» березня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Здобувачка вищої освіти

(член робочої групи ОП), гр. БЕМ-922 в

 Софія КОСЕНКО
«24» березня 2025 р.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Продуктивні зауваження та відгуки на проект освітньої програми (ОПП, ОНП) одержано від:

1. Nagy Szabolcs, Doctor of Sciences (Ph.D.), Associate Professor Department of Marketing and Tourism, University of Miskolc, Hungary.
2. Закрижевської І.В., к.е.н., доц., завдувачки кафедри маркетингу Хмельницького національного університету.
3. Гладенка Ю.М., директора Департаменту культури, туризму та релігій Сумської обласної державної адміністрації.
4. Чумак Я.Б., директора маркетингової агенції «Defense».
5. Калиновської Н.А., здобувачки ОП «Маркетинг» першого рівня вищої освіти, гр. БЕМ-920 а.

REVIEW
of the educational-professional program "Marketing"
of the first level of higher education in the specialty 075 Marketing
at the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

The educational program "Marketing" for the first level, developed for studies at the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", meets the requirements of the modern business environment.

This program aims to provide the students with both theoretical knowledge and practical skills. It not only provides to students with a fundamental overview of Marketing concepts and strategies but also offers opportunities to apply them in real practical situations. This allows to gain valuable the students experience and develop of critical thinking.

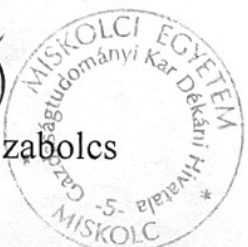
The educational program consists of a lot of the Marketing topics. From the traditional aspects of Marketing to the latest digital strategies, it takes into account modern trends and Market demands. Such a comprehensive approach to helps the students to gain a complete understanding of contemporary Marketing practice.

The positive aspect is the level of the experience of the tutors in this program.

Overall, the educational program "Marketing" for the first level of higher education at NTU "KhPI" is enables the training of highly qualified professionals. This educational program to make of prepares the students for the challenges of the modern business environment and made of the successful career for ensures in the field of Marketing. Therefore, this educational program can be recommended for implementation in the educational process.

Doctor of Sciences (Ph.D.),
Head of Department, Associate Professor
Department of Marketing and Tourism,
University of Miskolc, Hungary


Dr. Nagy Szabolcs



РЕЦЕНЗІЯ

**на освітню програму «Маркетинг» першого рівня вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг»
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»**

Освітня програма «Маркетинг» для першого рівня вищої освіти Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» спрямована на підготовку здобувачів, які володіють необхідними знаннями та навичками для успішного старту кар'єри у сфері маркетингу.

Програма 2024 року включає широкий спектр дисциплін, які охоплюють як традиційні, так і новітні аспекти маркетингу, що робить її особливо цінною в умовах сучасного динамічного ринку.

Однією з ключових переваг програми є акцент на цифрові технології у маркетингу (дисципліни: Інформаційні системи та технології в маркетингу, Цифровий маркетинг, Візуальний маркетинг, Цифровий етикет у міжнародних комунікаціях), що робить її особливо актуальною в умовах сучасного ринку.

Представлена на розгляд освітня програма є логічно структурованою. Запропоновані в освітній програмі обов'язкові дисципліни спрямовані на забезпечення можливості набуття студентами компетентностей та досягнення програмних результатів навчання згідно Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського рівня) спеціальності 075 «Маркетинг» галузі управління 07 «Управління та адміністрування».

У цілому, освітня програма «Маркетинг» спрямована на поєднання теоретичних знань та практичних навичок, дозволяє підготувати фахівців, які володіють компетенціями, необхідними для успішної роботи на сучасному ринку, з особливим акцентом на цифрові технології та інновації. Завдяки цьому, випускники програми є конкурентоспроможними фахівцями, здатними ефективно працювати як на національному, так і на міжнародному рівні.

Вважаю, що дана освітня програма може бути рекомендованою до впровадження у навчальний процес Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Завідувач кафедри маркетингу
Хмельницького національного
університету, к.е.н., доцент

Підпис засвідчую
Начальник відділу кадрів

Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

Інна МАРТИНЮК

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»

першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

На сьогоднішній день стан економіки України не дозволяє їй перейти на новий рівень розвитку і зайняти місце серед розвинутих країн світу в якості гідного партнера. Саме тому формування потужного кадрового потенціалу спеціалістів в сфері маркетингу та бізнесу є актуальним завданням закладів сфери вищої освіти. Для реалізації зазначеного завдання Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» має досвід, кадровий потенціал, а також необхідну матеріально-технічну базу.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена проектною групою працівників кафедри маркетингу після консультацій із потенційними роботодавцями та враховуючи думки та побажання представників студентства.

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» зазначено про необхідність підготовки висококваліфікованих фахівців, які володіють достатніми актуальними навичками в сфері ефективного управління маркетинговими процесами на підприємстві в сучасних ринкових умовах господарювання. В освітньо-професійній програмі зазначені основні програмні компетентності, які передбачають підготовку фахівців в галузі маркетингу, зокрема з урахуванням специфіки сучасних тенденцій розвитку економіки України.

Навчальний план підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг» відповідає завданням освітньої професійної програми. Фахові компетентності, що передбачені у програмі та результати навчання забезпечують високий рівень підготовки здобувачів, формують у них сучасне мислення, сприяють отриманню теоретичних і практичних знань та навичок в сфері розв'язання складних задач та проблем в сфері маркетингової діяльності.

Ефективність освітнього процесу забезпечується вдалими поєднаннями академічного та прикладного навчання, логічною побудовою всього процесу та збалансованою структурою програми.

Фахові компетентності враховують специфіку вітчизняних підприємств, потреби потенційних роботодавців і можуть бути використані у професійній діяльності майбутніх фахівців.

Послідовність вивчення дисциплін, план та графік навчального процесу, перелік та обсяг обов'язкових та вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам потенційних роботодавців та сучасному стану розвитку економіки.

До безперечних переваг освітньо-професійної програми слід віднести доповнення циклу професійної підготовки здобувачів дисциплінами «Поведінка споживачів», «Тімбілдінг», «Цифровий етикет у міжнародних комунікаціях», а також прикладну орієнтацію, що дозволяє формувати у здобувачів актуальні практичні компетенції, які враховують сучасні потреби на ринку.

Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» відповідає сучасному рівню розвитку науки та практики управління маркетинговими процесами, що дозволяє рекомендувати програму до використання для підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 075 Маркетинг.

Директор Департаменту культури,
туризму та релігій Сумської обласної
державної адміністрації



Юрій ГЛАДЕНКО

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
в НТУ «ХПІ»

Українське бізнес-середовище постійно змінюється та адаптується до міжнародних тенденцій. Це вимагає наявності кваліфікованих маркетологів, які були б готові до швидкозмінюваних ситуацій та мали б знання, практичні навички та досвід, необхідні для успішної кар'єри. Зростаюча кількість компаній та підприємств в Україні, особливо в секторі малого та середнього бізнесу, потребує кваліфікованих маркетологів, які можуть допомогти їм розвивати свій бізнес та ефективно конкурувати на ринку. Саме тому розробка та вдосконалення освітніх програм з маркетингу в Україні має стратегічне значення для підтримки ефективного функціонування бізнесу, його конкурентоспроможності на ринках та інтеграції у глобальну економіку.

Зміст та актуальність освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів першого рівня вищої освіти спрямовані на всебічну підготовку здобувачів, що включає розвиток теоретичних знань, практичних навичок та стратегічного мислення, необхідних для успішної роботи в галузі маркетингу.

Практичне спрямування освітньо-професійної програми «Маркетинг» включає різноманітні види практичної підготовки здобувачів, починаючи з першого курсу та закінчуючи спеціалізованими тренінгами. Це сприяє формуванню у здобувачів необхідних навичок та готовності до реальних професійних викликів. Програма передбачає три види практики та завершується практичними спеціалізованими тренінгами з одного з 4 напрямів: цифрового маркетингу, маркетингу в сфері послуг, організації бізнесу або маркетингових комунікацій.

Освітньо-професійна програма "Маркетинг" має кілька ключових переваг, які роблять її привабливою для здобувачів та роботодавців: програма охоплює всі аспекти маркетингу, від основ до спеціалізованих напрямків, що забезпечує здобувачам всебічну підготовку, її практична орієнтація, партнерство з бізнесом (стажування, працевлаштування, проведення гостьових лекцій та майстер-класів).

Освітньо-професійна програма "Маркетинг" забезпечує всебічну та актуальну підготовку фахівців, готових до сучасних викликів ринку праці. Вона поєднує теоретичні знання з практичними навичками, інноваційними методами навчання та тісною співпрацею з бізнесом. Відповідно до цього можна зробити висновок, про те, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» може бути рекомендована до впровадження в навчальному процесі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Директор
Маркетингової агенції «Defense»



Чумак Я.Б.

РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю
075 «Маркетинг» Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»**

Освітньо-професійна програма (ОПП) «Маркетинг» орієнтована на підготовку бакалаврів маркетингу та охоплює широкий спектр маркетингових дисциплін, забезпечуючи здобувачам глибокі знання та практичні навички в різних сферах маркетингової діяльності.

Вона включає в себе як класичні маркетингові дисципліни, так і сучасні напрями, такі як цифровий маркетинг, SMM, контент-маркетинг, тімбідінг та інші.

Включення дисциплін, пов'язаних з цифровим маркетингом, відповідає сучасним тенденціям розвитку маркетингової діяльності. Це дозволяє випускникам бути конкурентоспроможними на ринку праці.

Практична орієнтація програми є її важливою перевагою. Здобувачі беруть участь у практичних тренінгах, навчально-виробничій практиці та проектній роботі, що дозволяє їм застосовувати теоретичні знання у реальних бізнес-ситуаціях. Такий підхід забезпечує високий рівень готовності випускників до роботи на підприємствах різних галузей.

Також програма підтримує академічну мобільність здобувачів на основі двосторонніх договорів з університетами інших країн, що сприяє обміну досвідом і розширенню професійних горизонтів.

Вважаю, що ОПП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» є якісною, сучасною та добре структурованою, яка відповідає вимогам ринку праці та забезпечує випускникам необхідні знання і навички для успішної професійної діяльності.

Студентка 4-ого курсу
гр. БЕМ-920а



Надія КАЛИНОВСЬКА

ПЕРЕДМОВА

Відповідає вимогам Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженому та введеному в дію наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р. із змінами відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України № 593 від 28.05.2021 р., Наказу Міністерства освіти і науки України № 842 від 13.06. 2024 р. та Постанови КМУ № 734 від 21.06.2024 р. «Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських».

Розроблено робочою групою ОП «Маркетинг» Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі:

Гарант освітньої програми :

Шипуліна Юлія Сергіївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ»

Члени робочої групи ОП :

1. Романчик Тетяна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу НТУ «ХПІ».
2. Літвиненко Марія Владиславна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу НТУ «ХПІ».
3. Косенко Софія Андріївна, здобувачка першого рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг», гр. БЕМ-922 в.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський), бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, - Обсяг освітньої програми на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»), «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна. Сертифікат № 10822. Термін дії – 01.07.2030 р.
Цикл / рівень програми	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, НРК (NQF) – 6 рівень, EQF – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл.
Передумови	Для здобуття освітнього ступеня «бакалавр» можуть вступати особи, які здобули повну загальну середню освіту або освітній ступінь «молодший бакалавр», ОКР «молодший спеціаліст», «фаховий молодший бакалавр».
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату. Переглядається щорічно
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/dokumenty/diyuchy-osvitni-programy/osvitnij-riven-bakalavr/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є надання якісних, доступних, сучасних освітніх послуг, які ґрунтуються на європейських і національних стандартах та принципах для підготовки нової форми фахівців у сфері маркетингової діяльності, здатних до практичної реалізації отриманих знань і навиків в освіті, науці, виробництві, підприємницькій діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<i>Галузь знань:</i> Управління та адміністрування <i>Спеціальність:</i> Маркетинг <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

	<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. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову діяльність на підприємствах та в організаціях різних галузей сучасної економіки з використанням інноваційних підходів, технологій і методів.
Основний фокус освітньої програми	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». <i>Ключові слова:</i> маркетинг, цифровий маркетинг, SMM, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення.
Особливості програми	Особливістю програми є формування у фахівців цілісної системи знань і умінь щодо творчого/креативного застосування методів та інструментів класичного і новітніх видів маркетингу у їх логічному взаємозв'язку, формування цифрових компетенцій для ефективного провадження маркетингової діяльності в умовах технологічних трансформацій і цифровізації сучасної економіки.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу) 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 3415 Мерчендайзер 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Консультант з маркетингу 3429 Представник з реклами 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 3429 Агент рекламний
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання в системі Microsoft 365, самонавчання, навчання через лабораторні та практичні завдання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарських, практичних занять, лабораторних робіт. Також передбачена самостійна робота з можливістю консультацій з викладачем за окремими освітніми компонентами, індивідуальні заняття, групова проектна робота.
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити, презентації, захист курсових робіт (проектів), звітів з навчально-виробничої та виробничої практик. Рейтингова система оцінювання.
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 громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недобросовісності.

Фахові компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного

	провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. 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. P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. P19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміти їх застосовувати в професійній діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення освітньої програми відповідає постанові Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021 р., Додаток 15,16).
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 № 365 від 24.03.2021 р., Додаток 17).
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 № 365 від 24.03.2021 р.). Віртуальне навчальне середовище на базі Microsoft 365, програмне забезпечення, наукова бібліотека університету, базова література (підручники, навчальні посібники, монографії, методичні рекомендації, силабуси дисциплін та практик), періодичні фахові видання, необмежений доступ до мережі Інтернет, авторські розробки професорсько-викладацького складу.
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 навчальними закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів, зокрема Батумським державним університетом імені Шота Руставелі (м. Батумі, Грузія), Університетом WSEI (м. Люблін, Польща), Казахстансько-німецьким університетом (м. Алмати, Казахстан), Білостоцьким державним університетом (м. Білосток, Польща), Мішкольцьким університетом (м. Мішкольц, Угорщина) тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови

2. ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Код	Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
1.1 Загальна підготовка			
ЗП 01	Іноземна мова	16,0	Залік (1-7), Іспит (8)
ЗП 02	Українська мова (професійного спрямування)	3,0	Іспит
ЗП 03	Правознавство	4,0	Залік
ЗП 04	Вища математика	6,0	Іспит
ЗП 05	Мікроекономіка	5,0	Іспит
ЗП 06	Макроекономіка	5,0	Іспит
ЗП 07	Філософія	3,0	Іспит
ЗП 08	Історія та культура України	4,0	Іспит
ЗП 09	Економічна інформатика	4,0	Залік
ЗП 10	Економічна статистика	5,0	Залік
ЗП 11	Фізичне виховання	4,0	Залік (1,2)
1.2 Спеціальна (фахова) підготовка			
СП 01	Вступ до спеціальності. Ознайомча практика	3,0	Залік
СП 02	Основи підприємництва	5,0	Залік
СП 03	Економіка підприємства	5,0	Іспит
СП 04	Маркетинг	10,0	Залік (2), Іспит (3)
СП 05	Інформаційні системи та технології в маркетингу	4,0	Іспит
СП 06	Основи менеджменту	5,0	Іспит
СП 07	Бухгалтерський облік	5,0	Залік
СП 08	Мерчандайзинг	4,0	Залік
СП 09	Фінанси підприємств	5,0	Іспит
СП 10	Маркетингова товарна політика	5,0	Іспит
СП 11	Маркетингове ціноутворення	4,0	Іспит
СП 12	Поведінка споживачів	3,0	Залік
СП 13	Цифровий маркетинг	4,0	Залік
СП 14	Маркетингові дослідження	6,0	Іспит
СП 15	Маркетингові комунікації	6,0	Іспит
СП 16	Візуальний маркетинг	4,0	Залік
СП 17	Маркетингова політика розподілу	6,0	Іспит
СП 18	Цифровий етикет у міжнародних комунікаціях	4,0	Іспит
СП 19	Маркетингова логістика	4,0	Іспит
СП 20	SMM	4,0	Іспит
СП 21	Маркетинг інновацій	4,0	Іспит
СП 22	Тімбілдинг	3,0	Залік
<i>Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонент</i>		<i>162,0</i>	
2. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА			
ПП 01	Навчально-виробнича практика	6,0	Залік

Код	Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ПП 02	Виробнича практика	6,0	Залік
<i>Загальний обсяг практичної підготовки</i>		<i>12,0</i>	
3. АТЕСТАЦІЯ			
	Атестація	3,0	Іспит
<i>Загальний обсяг атестації</i>		<i>3,0</i>	
Загальний обсяг обов'язкових компонент освітньої програми		174,0	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
4. ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
4.1 Освітні компоненти вільного вибору студента професійної підготовки згідно переліку			
ОКП 01	ОК ВВ ПП 1	4,0	Залік
ОКП 02	ОК ВВ ПП 2	4,0	Залік
ОКП 03	ОК ВВ ПП 3	4,0	Залік
ОКП 04	ОК ВВ ПП 4	4,0	Залік
ОКП 05	ОК ВВ ПП 5	4,0	Залік
ОКП 06	ОК ВВ ПП 6	4,0	Залік
ОКП 07	ОК ВВ ПП 7	4,0	Залік
ОКП 08	ОК ВВ ПП 8	4,0	Залік
ОКП 09	ОК ВВ ПП 9	4,0	Залік
ОКП 10	ОК ВВ ПП 10	4,0	Залік
ОКП 11	ОК ВВ ПП 11	4,0	Залік
ОКП 12	ОК ВВ ПП 12	4,0	Залік
<i>Загальний обсяг освітніх компонент вільного вибору студента професійної підготовки згідно переліку</i>		<i>48,0</i>	
4.2 Освітні компоненти вільного вибору студента із загальноуніверситетського каталогу			
ОКВЗ 01	ОК ВВ ЗП 1	4,0	Залік
ОКВЗ 02	ОК ВВ ЗП 2	4,0	Залік
ОКВЗ 03	ОК ВВ ЗП 3	4,0	Залік
<i>Загальний обсяг освітніх компонент вільного вибору студента із загальноуніверситетського каталогу</i>		<i>12,0</i>	
4.3 Освітні компоненти спеціального вибору університету			
ОКСВУ	ОК СВУ	3,0	Залік
<i>Загальний обсяг освітніх компонент спеціального вибору університету</i>		<i>3,0</i>	
Загальний обсяг вибіркового компонент освітньої програми		63,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

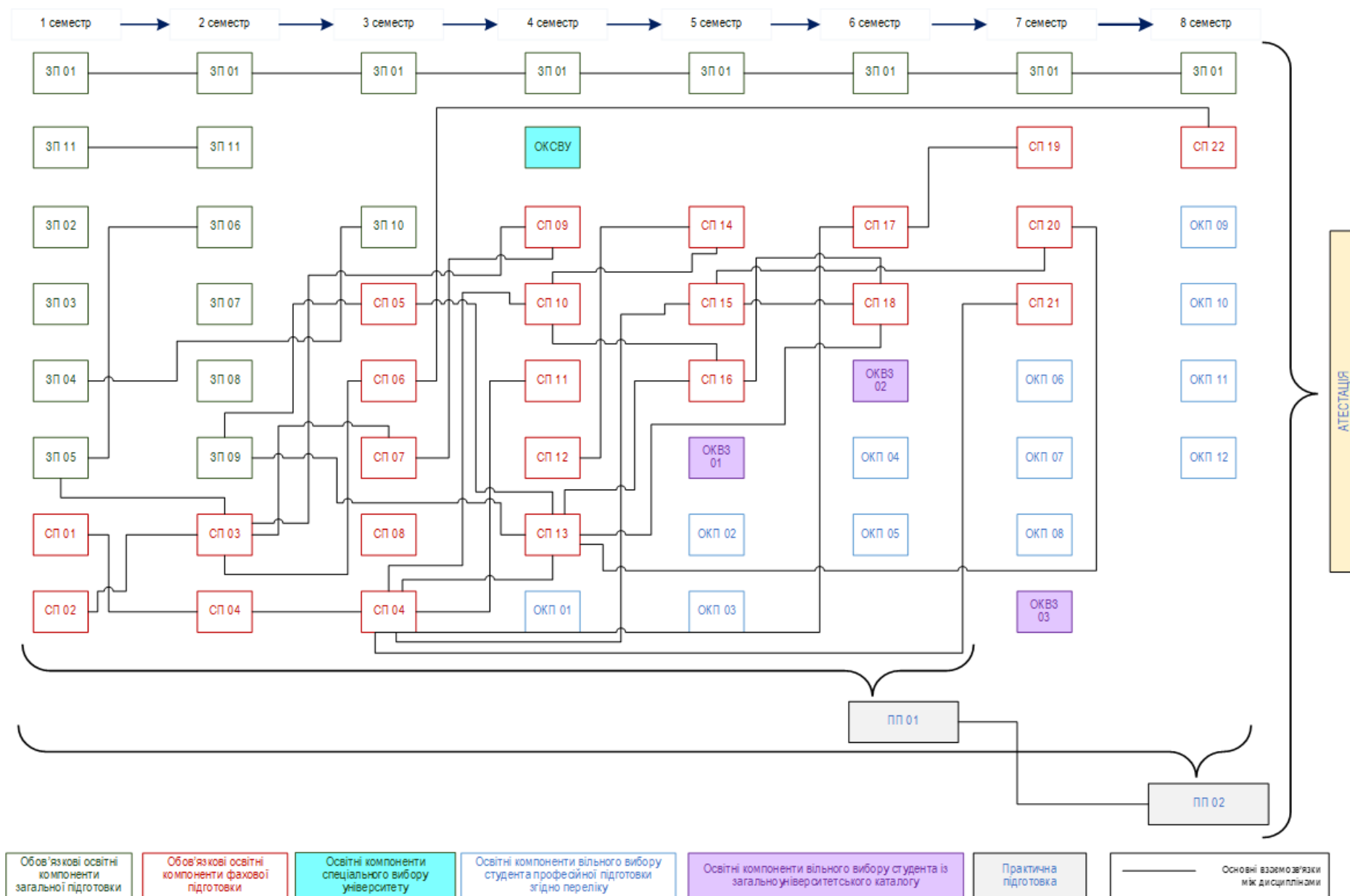
3. РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА ГРУПАМИ КОМПОНЕНТІВ ТА ЦИКЛАМИ ПІДГОТОВКИ

№ 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	Загальна підготовка	59 / 25		59 / 25
2	Спеціальна (фахова) підготовка	103 / 43		103 / 43
3	Практична підготовка	12 / 5		12 / 5
4	Дисципліни вільного вибору		63 / 26	63 / 26
5	Атестація	3 / 1		3 / 1
Всього за весь термін навчання		177 / 74	63 / 26	240 / 100

4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здійснюється у формі випускного кваліфікаційного екзамену (атестаційного екзамену) та завершується виданням документу встановленого зразка про присудження першого (бакалаврського) рівня вищої освіти із присвоєнням кваліфікації: **«Бакалавр маркетингу»**.

5. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА



6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИЗНАЧЕНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ, КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

	Інтег- ральна компе- тент- ність	Компетентності																												
		Загальні компетентності															Спеціальні (фахові) компетентності													
		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	ЗК 15	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14
P1	Атеста- ція						ЗП 05 СП 01 СП 04 СП 15 СП 19										СП 01 СП 04	СП 04 СП 19										СП 01 СП 04 СП 14 СП 15 СП 19 ПП 02		
P2	Атеста- ція			ЗП 04 ЗП 10 СП 17			ЗП 05 СП 10 СП 15	СП 10 СП 14 СП 15 ПП 01 ПП 02	ЗП 04 ЗП 10 СП 14 СП 17 СП 20 ПП 01 ПП 02	СП 05 СП 13 СП 14 СП 20								СП 15 СП 17 ПП 02								ЗП 05 ЗП 06 СП 10 СП 15 СП 17 ПП 01 ПП 02			СП 10 СП 14	
P3	Атеста- ція							СП 03 СП 05 СП 16 СП 19 СП 21 ПП 01 ПП 02						СП 04 СП 05					СП 04 СП 13 СП 20 СП 21 ПП 01 ПП 02					СП 04 СП 21	СП 13 СП 17 ПП 02					
P4	Атеста- ція								ЗП 04 ЗП 09 СП 05 СП 07 СП 08 СП 13 СП 14 СП 17 СП 21 ПП 01 ПП 02	ЗП 09 СП 05 СП 07 СП 13								СП 17 СП 19 ПП 01			СП 14 СП 17 ПП 01 ПП 02	СП 03 СП 07 СП 09 СП 10						СП 10 СП 12 СП 13 СП 14 ПП 02		

	Інте- ральна компе- тент- ність	Компетентності																												
		Загальні компетентності															Спеціальні (фахові) компетентності													
		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	ЗК 15	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14
P5	Атеста- ція			СП 11 СП 17			СП 04 СП 12 СП 15															СП 12 СП 15 СП 17	СП 11 СП 12 СП 17					СП 04 СП 12 СП 15 СП 17 ПП 02		СП 04 СП 12
P6	Атеста- ція			ЗП 05 ЗП 06 СП 20			ЗП 05 СП 12	ЗП 05 ЗП 06 СП 12 СП 14	ЗП 05 ЗП 06 СП 04 СП 05 СП 14										СП 12 СП 20	СП 04 СП 11 СП 12 СП 14	СП 14 СП 20	ЗП 06 СП 11 СП 20							СП 12 СП 14	
P7	Атеста- ція								ЗП 09 СП 05 СП 13 СП 20																	ЗП 09 СП 05 СП 13 СП 17	СП 17 СП 18 СП 20	ЗП 09 СП 05 СП 09 СП 16 СП 17 СП 18		
P8	Атеста- ція			СП 16 СП 19 СП 20	СП 08 СП 20 СП 21		СП 13 СП 15 СП 19 СП 20	СП 08 СП 15 СП 16 СП 19 СП 21								ПП 01 ПП 02					СП 13 СП 15 СП 19				СП 15 СП 21	СП 13 СП 20				
P9	Атеста- ція						СП 02 СП 10	ЗП 09 ЗП 10 СП 02 СП 10 СП 14 СП 21																ЗП 09 СП 09 СП 10 СП 12 СП 14 СП 17 СП 21					СП 09 СП 10	СП 09 СП 10

	Інтег- ральна компе- тент- ність	Компетентності																												
		Загальні компетентності															Спеціальні (фахові) компетентності													
		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	ЗК 15	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14
P10	Атеста- ція							ЗП 01 ЗП 02 ЗП 04 ЗП 10 СП 15 СП 21 ПП 01 ПП 02		ЗП 01									СП 11 СП 15										СП 07 СП 15 СП 21 ПП 02	СП 02 СП 06 СП 07 СП 18 ПП 02
P11	Атеста- ція			СП 02 СП 07 СП 11			СП 10 СП 12	ЗП 02 СП 02 СП 08 СП 09 СП 10				ЗП 02 ЗП 03 СП 02 СП 06 СП 10 СП 22								СП 10 СП 11 СП 12	СП 11 СП 12		СП 02 СП 11				СП 09 СП 12	СП 07 СП 09 СП 10 СП 22	СП 02 СП 06 СП 10	
P12	Атеста- ція			ЗП 04 ЗП 06 ЗП 07 ЗП 10 СП 01 СП 03 СП 05 СП 06 СП 08 СП 13			ЗП 04 ЗП 05 ЗП 06 ЗП 10 СП 03 СП 06 СП 08 СП 16 ПП 01				ЗП 05 ЗП 06 ЗП 08 СП 06								СП 01 СП 05 СП 14 СП 15 СП 16 ПП 01 ПП 02		СП 13 СП 14 СП 15 ПП 01 ПП 02									
P13	Атеста- ція					СП 02 СП 03 СП 06 СП 08 СП 11 СП 22								ЗП 05 ЗП 06 СП 02 СП 06 СП 22									СП 02 СП 10						СП 02 СП 10	

[illegible]

[illegible]