



**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСФОРМАЦІЇ  
МАЙБУТНЬОГО»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«Університет трансформації майбутнього»  
Протокол № 6 від 27 травня 2025 р.

Введено в дію

Наказ №29-З від 27 травня 2025 р.

Президент

Тетяна ШЕСТАКОВСЬКА



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«Маркетинг»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	<b>Перший (бакалаврський) рівень</b>
<b>Ступінь вищої освіти</b>	<b>Бакалавр</b>
<b>Галузь знань</b>	<b>D «Бізнес, адміністрування та право»</b>
<b>Спеціальність</b>	<b>D5 «Маркетинг»</b>

**ID 68230**

Чернігів 2025

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено відповідно до стандарту першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 проектною групою у складі:

***Рябова Тетяна Анатоліївна***, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту;

***Рябов Ігор Будимирович***, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту;

***Телєтов Олександр Сергійович***, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту;

***Шевченко Олег Миколайович***, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту.

***Рецензії та відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).***

## 1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності

### D5 «Маркетинг»

Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – Маркетинг Освітня програма «Маркетинг»

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Заклад вищої освіти «Університет трансформації майбутнього» (ЗВО «УТМ») Кафедра менеджменту
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень.
<b>Ступінь, що присвоюється</b>	Бакалавр
<b>Назва галузі знань</b>	D «Бізнес, адміністрування та право»
<b>Назва спеціальності</b>	D5 «Маркетинг»
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
<b>Тип диплома та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитація первинна
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень / перший (бакалаврський) рівень, EQF-LLL – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл.
<b>Передумови</b>	Приєм на основі ПЗСО, НРК5, зокрема зі скороченим строком навчання. Приєм осіб, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план. Приєм на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»

	здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії програми</b>	До заміни новою.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://uft.in.ua/">https://uft.in.ua/</a>
<b>2. Мета освітньо-професійної програми</b>	
<p>Підготовка висококваліфікованих та конкурентних на ринку праці фахівців-маркетологів, які володіють сучасними теоретичними знаннями, методами, інструментами та практичними навичками, здатних вирішувати практичні проблеми та складні спеціалізовані задачі у сфері організації та ведення маркетингової діяльності, здійснювати професійну діяльність на основі отриманих знань у сфері маркетингового управління та просування товарів і послуг організацій різних видів економічної діяльності, а також сприяти формуванню ефективної системи маркетингу для забезпечення розвитку організацій в умовах ризику, невизначеності та мінливості зовнішнього середовища на засадах клієнтоорієнтованості, інноваційності, соціальної відповідальності та сталого розвитку.</p>	
<b>3. Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Опис предметної області</b>	<p>Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»          Спеціальність D5 «Маркетинг»</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>● <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>● <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.</li> <li>● <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	<p>Загальна освіта у сфері маркетингу спрямована на підготовку фахівців, здатних приймати стратегічні та оперативні маркетингові рішення в умовах цифрової трансформації та глобальних ринкових змін.</p> <p>Програма орієнтована на формування компетентностей у сферах маркетингової аналітики, управління товарною та ціновою політикою, маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу, логістики та електронної комерції.</p> <p>Специфіка освіти в галузі маркетингу полягає у підготовці фахівців, здатних аналізувати ринкове середовище, формувати маркетингові стратегії та ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення. Навчання спрямоване на розвиток компетентностей у сфері маркетингових досліджень, цифрового маркетингу, товарної та цінової політики, логістики та комунікацій.</p> <p><i>Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, аналітика, товарна політика, ціноутворення, логістика, маркетингові комунікації, digital-маркетинг, електронний бізнес.</i></p>
<b>Особливості програми</b>	<p>Програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок з бізнес-маркетингу з використанням інструментів інтернет-комунікацій.</p> <p>Програма орієнтована на комплексну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, які володіють підприємницькими та соціальними навичками, здатних до адаптації та дій в умовах цифровізації, невизначеності та мінливості бізнес-середовища.</p> <p>Програма спрямована на підготовку фахівців, здатних відслідковувати сучасні ринкові тенденції у цифровому середовищі з метою формування ефективної маркетингової діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>Змістовну унікальність програми визначають такі аспекти підготовки: маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності, розроблення комунікаційної політики ринкового суб'єкта, використання діджитал-технологій для досягнення цілей ринкового суб'єкта.</p>

#### **4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання**

<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Бакалавр маркетингу здатний виконувати професійну роботу за такими основними угрупованнями (за державним класифікатором професій ДК 003:2010):</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу, Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу);</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>1475. Менеджер (управитель) з маркетингу;</p> <p>1475.4. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, Менеджер (управитель) із збуту;</p> <p>1476.1. Менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>3415 Агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчандайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний;</p> <p>3416 Закупник;</p> <p>3419. Організатор із збуту;</p> <p>3429 Агент рекламний, Представник з реклами, Торговець (обслуговування бізнесу та реклами), Фахівець з інтерв'ювання та іншими, що визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010».</p> <p>Умови присвоєння освітньої кваліфікації.</p> <p>Присвоюється на підставі успішного виконання вимог освітньо-професійної програми.</p>
<b>Академічні права випускників</b>	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>

#### **5. Викладання та оцінювання**

<b>Викладання та навчання</b>	<p>Навчання студентів у рамках освітньо-професійної програми «Маркетинг» орієнтоване на студентоцентрований підхід з можливістю вибору освітньої траєкторії, поєднуючи традиційні методи з елементами сучасних інноваційних практик дистанційного навчання. Викладаються лекції, семінарські, практичні та лабораторні заняття, а також індивідуальні заняття та тренінги, що сприяють розвитку практичних навичок. Програма також включає організацію майстер-класів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів, консультації, використання активних методик навчання, таких як кейс-метод, ділові та рольові ігри, мозкові штурми та ситуативне моделювання.</p>
-------------------------------	--

	<p>Самостійна робота здобувачів вищої освіти включає опрацювання теоретичного матеріалу, виконання індивідуальних завдань, підготовку до практичних і семінарських занять, контрольних заходів, науково-дослідну роботу, а також підготовку індивідуальних та групових проєктів. Важливою складовою є участь у міжнародних дослідницьких проєктах та робота в міжнародних командах, включаючи віртуальні проєкти. Індивідуальна робота студента полягає в написанні контрольних та розрахунково-графічних робіт, при цьому всі завдання виконуються самостійно з консультуванням викладачів та практиків. Консультування також може здійснюватися за участі провідних фахівців-практиків у сфері маркетингу, в тому числі міжнародних експертів. Здобувачі використовують дистанційні курси та електронні ресурси, зокрема онлайн-курси в системі дистанційного навчання. Програма навчання спирається на такі принципи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Впровадження активних методів навчання, які забезпечують індивідуальний підхід і сприяють розвитку критичного мислення.</li> <li>2. Надання можливості глибоко освоювати теоретичні знання та практичні навички в галузі маркетингу.</li> <li>3. Використання проблемно-орієнтованого підходу, дистанційного навчання та самонавчання. Застосовуються технології проблемного, інтерактивного, проєктного та інформаційно-комп'ютерного навчання, а також саморозвиваючі, колективні та контекстні методи для забезпечення інтеграції теоретичних знань і практичних навичок.</li> </ol>
<p><b>Оцінювання</b></p>	<p>Система оцінювання знань включає поточний та підсумковий контроль.</p> <p>Поточний контроль знань проводиться у формі письмової роботи (тестів), роботи на практичних заняттях, усного опитування, презентації, есе, контрольних робіт, виконання тестових, розрахунково-аналітичних і ситуаційних завдань.</p> <p>Підсумковий контроль знань проводиться у формі підсумкових залікових робіт, диференційованих заліків, письмових та усних семестрових екзаменів, звіту з практики та за результатами атестаційного іспиту.</p> <p>Оцінювання рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти з освітніх компонентів здійснюється за 100-бальною шкалою з переведенням в оцінку за шкалою ЄКТС та національною шкалою.</p>

<p><b>Обсяг освітньої програми</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>● на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньокваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста):</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.</li> <li>- на основі ступеня «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;</li> <li>- на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» може бути визнано та перезараховано не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.</li> </ul> <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти.</p>
<p><b>6. Програмні компетентності</b></p>	
<p><b>Інтегральна компетентність</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>Загальні компетентності (ЗК)</b></p>	<p>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.</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>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b></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 інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і</p>

	<p>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>
--	--

### **7. Програмні результати навчання (ПРН)**

ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН15	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.
ПРН16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

#### **8. Ресурсне забезпечення реалізації програми**

<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>До реалізації освітньої програми залучаються науково-педагогічні працівники, які відповідають чинним законодавчим вимогам України та мають підтверджену наукову й професійну кваліфікацію.</p> <p>Для підвищення професійної компетентності викладачі проходять стажування не рідше ніж раз на п'ять років, зокрема в закордонних освітніх і наукових установах.</p> <p>В разі викладання навчальних дисциплін англійською мовою здійснюють науково-педагогічні працівники, рівень володіння англійською яких відповідає не менше ніж В2.</p> <p>До проведення окремих лекцій, майстер-класів, воркшопів, тренінгів, а також до організації та проведення практичної підготовки залучаються експерти-практики у сфері маркетингу, представники бізнесу, професійних асоціацій та організацій.</p> <p>Кадрове забезпечення освітньої діяльності відповідає вимогам, визначеним у п. 38 Постанови КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами).</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення відповідає Ліцензійним умовам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення належної

	якості освіти протягом всього циклу підготовки здобувачів вищої освіти.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін відповідає положенню про організацію освітнього процесу та ліцензійним вимогам, має актуальний змістовний контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна кредитна мобільність може здійснюватися у рамках угод про академічну мобільність і реалізовуватися здобувачами вищої освіти за освітньо-професійною програмою в закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах ЗВО «УТМ» в межах України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства, в т.ч. у рамках Програми ЄС Еразмус+ за напрямом КА1: Навчальна (академічна) мобільність.
<b>Навчання іноземних здобувачів освіти</b>	Підготовка іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Порядку організації набору та навчання (стажування) іноземців та осіб без громадянства. Іноземним здобувачам вищої освіти гарантуються всі права і свободи відповідно до чинного законодавства України. Навчання іноземних слухачів здійснюється з урахуванням специфіки країн їх постійного перебування.
<b>10. Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	
<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.
<b>Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)</b>	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та освітньо-професійною програмою.

## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

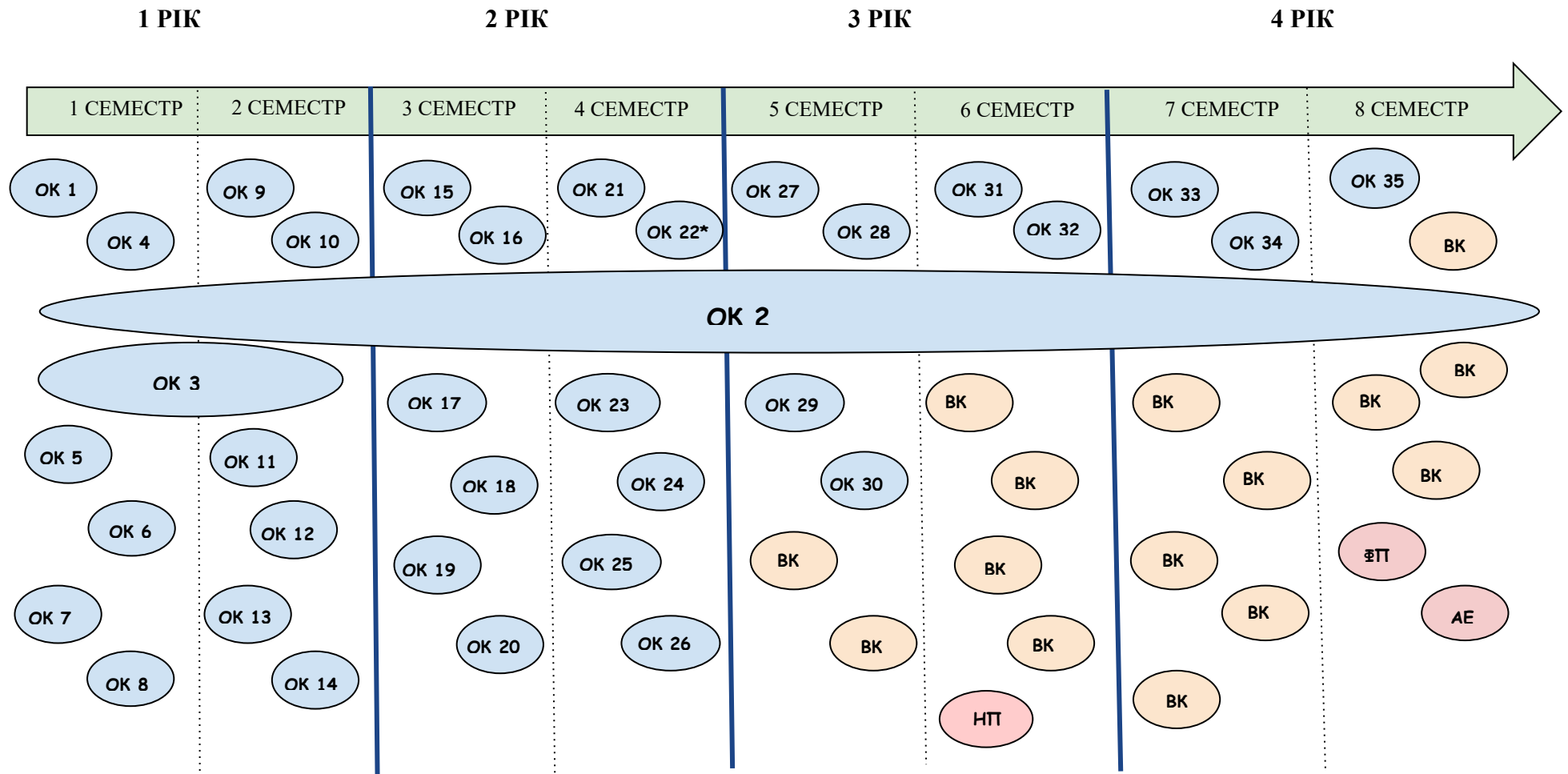
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>1. Обов'язкові компоненти освітньої програми</b>			
ОК 1	Вступ до фаху	3	Диф.залік
ОК 2	Іноземна мова	21	Диф.залік, Екзамен
ОК 3	Основи здорового способу життя	6	Диф.залік
ОК 4	Українське ділове мовлення	4	Екзамен
ОК 5	Вища математика	5	Екзамен
ОК 6	Основи економічної теорії	4	Диф.залік
ОК 7	Філософія	4	Диф.залік
ОК 8	Історія державності та культури України	4	Екзамен
ОК 9	Основи академічного письма та дослідницької діяльності	3	Диф.залік
ОК 10	Логіка та критичне мислення	4	Диф.залік
ОК 11	Соціально-політичні студії	4	Екзамен
ОК 12	Офісні інформаційні технології та ІІІ	4	Диф.залік
ОК 13	Психологія особистості та поведінки	4	Диф.залік
ОК 14	Основи підприємницької діяльності	5	Екзамен
ОК 15	Фінанси, гроші та кредит	5	Екзамен
ОК 16	Комунікація в цифрову епоху: PR, медіа, етика, безпека	4	Диф.залік
ОК 17	Маркетинг	5	Екзамен
ОК 18	Менеджмент	5	Екзамен
ОК 19	Протидія корупції та доброчесність	4	Диф.залік
ОК 20	Статистика	4	Диф.залік
ОК 21	Маркетингова цінова та товарна політика	6	Екзамен
ОК 22	Цивільний захист та національна безпека Теоретична підготовка БЗВП**	3	Диф.залік
ОК 23	Логістика	4	Диф.залік
ОК 24	Маркетингові дослідження	5	Диф.залік
ОК 25	Digital маркетинг	5	Екзамен
ОК 26	Міжнародний маркетинг	4	Диф.залік
ОК 27	Маркетинг послуг	4	Диф.залік
ОК 28	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
ОК 29	Основи стратегічного управління	5	Екзамен
ОК 30	Цифровий бізнес і електронна комерція	5	Диф.залік
ОК 31	Цифрові технології та кібербезпека	5	Диф.залік
ОК 32	Промисловий маркетинг	4	Екзамен
ОК 33	Маркетинг а соціальних мережах (SMM)	4	Екзамен
ОК 34	Бренд менеджмент	4	Екзамен
ОК 35	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>		<b>169</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти освітньої програми*</b>			
ВК 1 – ВК 15	Вибіркова навчальна дисципліна (Обирають з загального каталогу вибірових дисциплін ЗВО УТМ)	4	Диф.залік

<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>	<b>60*</b>	
<b>Компоненти практичної підготовки</b>		
Навчальна практика	<b>3</b>	Диф.залік
Практика з фаху	<b>8</b>	Диф.залік
<b>Атестація</b>		
Атестаційний екзамен		Атестація
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>	<b>240</b>	

*\* Здобувач вищої освіти має право вільно обирати будь-яку навчальну дисципліну за освітньо-професійними програмами ліцензованих спеціальностей, за якими здійснюється освітня діяльність у ЗВО «УТМ», із загального каталогу вибірових дисциплін.*

*\*\* ОК22.1 включається до індивідуальних планів тих здобувачів вищої освіти, для яких вона є обов'язковою згідно Постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734 «Порядок проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських». Інші здобувачі вищої освіти мають можливість добровільно обрати одну з освітніх компонент: ОК22.1 або ОК22.2*

## 2.2. Структурно-логічна схема



**НП** – навчальна практика, **ФП** - практика з фаху,  
**OK** – обов'язкова компонента, **BK** – вибіркова компонента,  
**AE** – атестаційний екзамен



#### 4. Матриця відповідності загальних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35		
ЗК01					+			+			+								+			+												+			
ЗК02			+				+	+														+													+		
ЗК03						+	+			+											+															+	
ЗК04	+								+	+															+												
ЗК05																											+	+	+	+							
ЗК06	+			+		+						+		+	+		+	+			+		+		+	+	+		+				+		+	+	
ЗК07													+	+					+		+		+										+		+		
ЗК08									+												+			+													
ЗК09												+				+									+		+			+	+						
ЗК10		+																																			
ЗК11													+						+																		
ЗК12				+									+																								
ЗК13		+																																+			
ЗК14			+								+					+																	+				
ЗК15					+														+																		
СК01	+																+																				
СК02							+				+						+																				
СК03						+					+			+																					+		
СК04	+																+											+	+							+	+
СК05												+									+	+		+					+					+			
СК06										+											+	+		+													
СК07					+									+	+				+		+	+															
СК08																												+							+		+
СК09																											+						+				
СК10												+				+									+	+			+			+	+				
СК11													+															+						+			
СК12									+							+								+													
СК13																		+										+				+					+
СК14																					+								+	+						+	

