

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
спеціальність	D 5 Маркетинг
галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
кваліфікація	бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДДМА

протокол № _____ від _____ р.

ВВОДИТЬСЯ В ДІЮ

з 01.09.2025 р.

Ректор

_____ В.Д. Ковальов

Краматорськ - Тернопіль
2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Освітня програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри менеджменту, протокол № 7-03/25 від 24.03.2025 р.

В.о. завідувача кафедри

І.П. Фоміченко, канд.екон. наук, доцент

Керівник проектної групи спеціальності:

О.Є.Бурцева, канд. екон. наук, доцент

Освітня програма обговорена та схвалена на засіданні Вченої ради ФЕМ, протокол № 6/03-24 від 25.03.2024 р.

Декан факультету економіки і менеджменту

Є.В. Мироненко, д-р техн. наук, професор

Начальник навчального відділу

В.М. Сушко

Перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи, навчальної та методичної роботи:

А. М. Фесенко, канд. техн. наук, професор

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма (ОП) «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Про вищу освіту: Закон України №1556-VII від 01.07.2014 р.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010(Редакція від 30.11.2017)// База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10](http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10).
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п).
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017)// База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п).
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти //URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
7. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського рівня вищої освіти) наказ № 1343 від 05.15.2018. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>

ОП переглянуто та удосконалено робочою групою у складі:

- | | |
|--|----------------------|
| 1 Бурцева Олена Єгорівна, докторант кафедри менеджменту, кандидат економічних наук, доцент | голова робочої групи |
| 2 Белікова О.Ю., професор кафедри менеджменту, докт. екон. наук | член робочої групи |
| 3 Фоміченко Інна Петрівна, доцент кафедри менеджменту, кандидат економічних наук, доцент | член робочої групи |
| 4 Дерев'янко О.В., заступник голови відділу постачання і митного декларування ПрАТ «НКМЗ» | член робочої групи |

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів

1. Храпкіна В.В., доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» м. Київ
2. Попова О., доктор економічних наук, професор завідувач кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «Донецький національний технічний університет», м. Луцьк
3. Радченко Г.А., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Національного авіаційного університету, м. Київ
4. Дерев'янка О.В., заступник голови відділу постачання і митного декларування ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», м. Краматорськ
5. Лісовий С.В., керівник Департаменту з управління персоналом АТ «СВІТЛО ШАХТАРЯ», м. Харків
6. Сташкевич І.І., кандидат економічних наук секретар Краматорської міської ради, м. Краматорськ
7. Тарахало Д.А., заступник директора із закупівель ПрАТ «Краматорський завод важкого верстатобудування», м. Ужгород
8. Черняков В.П., головний інженер ПрАТ «ВЕСКО», м. Дружківка
9. Петросян А., голова ГС «Асоціація Молодих ВПО», м. Київ

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Донбаської державної машинобудівної академії.

1 Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти, структурного підрозділу	Донбаська державна машинобудівна академія Міністерства освіти і науки України, Факультет економіки та менеджменту Кафедра менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів, термін навчання – три роки 10 місяців
Наявність акредитації	-
Цикл / рівень	• за Національною рамкою кваліфікацій (НРК) України – 6 рівень • за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – перший цикл; • за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – 6 рівень
Передумови	• повна загальна середня освіта, ОКР «Молодший спеціаліст», ОС «Фаховий молодший бакалавр», ОС «Молодший бакалавр»; • умови вступу визначаються Правилами прийому до Донбаської державної машинобудівної академії, розробленими на основі Умов прийому до закладів вищої освіти, затверджених Міністерством освіти і науки України для року вступу.
Мова(и) викладання	Українська
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вмілого вирішення прикладних завдань у сфері маркетингу в умовах промислового виробництва та B2B-ринку.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань D - Управління та адміністрування Спеціальність D 5 - Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Підготовка із застосуванням компетентностного підходу конкурентоспроможних фахівців в сфері маркетингу, що володіють компетентностями, необхідними для провадження маркетингової діяльності в умовах промислового виробництва та B2B-ринку

Особливості програми	Орієнтована на спеціальну підготовку бакалаврів маркетингу, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного промислового бізнес-середовища. Отримання знань на лекційних та практичних заняттях викладачів, котрі пройшли науково-педагогічне стажування у закладах вищої освіти-партнерах за кордоном, а також лекторів-практиків промислової сфери Отримання фахових консультацій від роботодавців, керівників підприємницьких структур, представників органів державного управління та місцевого самоврядування, шляхом участі у тренінгах та зустрічах, які вони проводять. Здійснення науково-дослідної діяльності шляхом участі у роботі студентських наукових форумів, Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференцій, студентських наукових гуртків..
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу. Випускники можуть працювати на посадах: замісника керівника підприємства, установи та організації; замісника керівника департаменту маркетингу, замісника керівника підрозділів збуту й логістики; замісника керівника підрозділів товарної та цінової політики; замісника керівника підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліста з інтернет- маркетингу. Професійні можливості випускників (відповідно до Національного класифікатора професій ДК 003:2010): 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1473. Менеджери (управителі) у сфері надання інформації; 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.4 Менеджер (управитель) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 3415. Технічні та торговельні представники; 3421. Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів.
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, самонавчання, проблемно орієнтоване навчання; проведення лекційних, практичних занять, консультацій; організація тренінгів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проєктних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні технології навчання. Здобуття практичних навичок забезпечується проходженням практик.
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тести, презентація наскрізних проєктів; захист аналітичних звітів, оцінка рефератів та есе; захист розрахункових та розрахунково-графічних робіт тощо. Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни або наукової роботи; мінімальний пороговий рівень оцінки визначається за допомогою якісних критеріїв і трансформується в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали: 90-100%, 75-89%, 55-74% та «менше 55%»
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. ЗК 15 - Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
Фахові компетентності	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	
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. 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 *Реалізовувати функції маркетингу в умовах промислового виробництва та B2B-ринку*

P20 *Знати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.*

Кадрове забезпечення	Розробники програми: 1 доктор наук, 2 кандидати наук, доценти. Всі розробники є штатним співробітниками Донбаської державної машинобудівної академії. До забезпечення виконання програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з кваліфікацією відповідно до спеціальності 075 Маркетинг. До викладання дисциплін загальної підготовки залучаються науково-педагогічні працівники, сфера кваліфікації яких відповідає змісту програмних результатів навчання, які забезпечуються відповідними дисциплінами. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації.
Матеріально-технічне забезпечення	• навчальні корпуси; • гуртожитки; • тематичні кабінети; • спеціалізовані лабораторії; • комп'ютерні класи; • пункти харчування; • точки бездротового доступу до мережі Інтернет; • мультимедійне обладнання; • спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	• офіційний сайт ДДМА: http://www.dgma.donetsk.ua/ українською та англійською мовою • наукова бібліотека, читальні зали із доступом до щонайменше 6 вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю; • віртуальне навчальне середовище Moodle; • пакет MS Office 365; • доступ до баз даних періодичних наукових видань Scopus та Web of Science; • робочі навчальні плани; • графіки навчального процесу; • навчально-методичні комплекси дисциплін (робочі програми навчальних дисциплін; дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт); • засоби діагностики (критерії оцінювання рівня підготовки; пакети комплексних контрольних робіт).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Можливість переведення студентів з інших ЗВО України за спеціальністю 075 «Маркетинг» з перезарахуванням дисциплін у межах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ECTS). Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.

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

2.1 Перелік компонент ОП

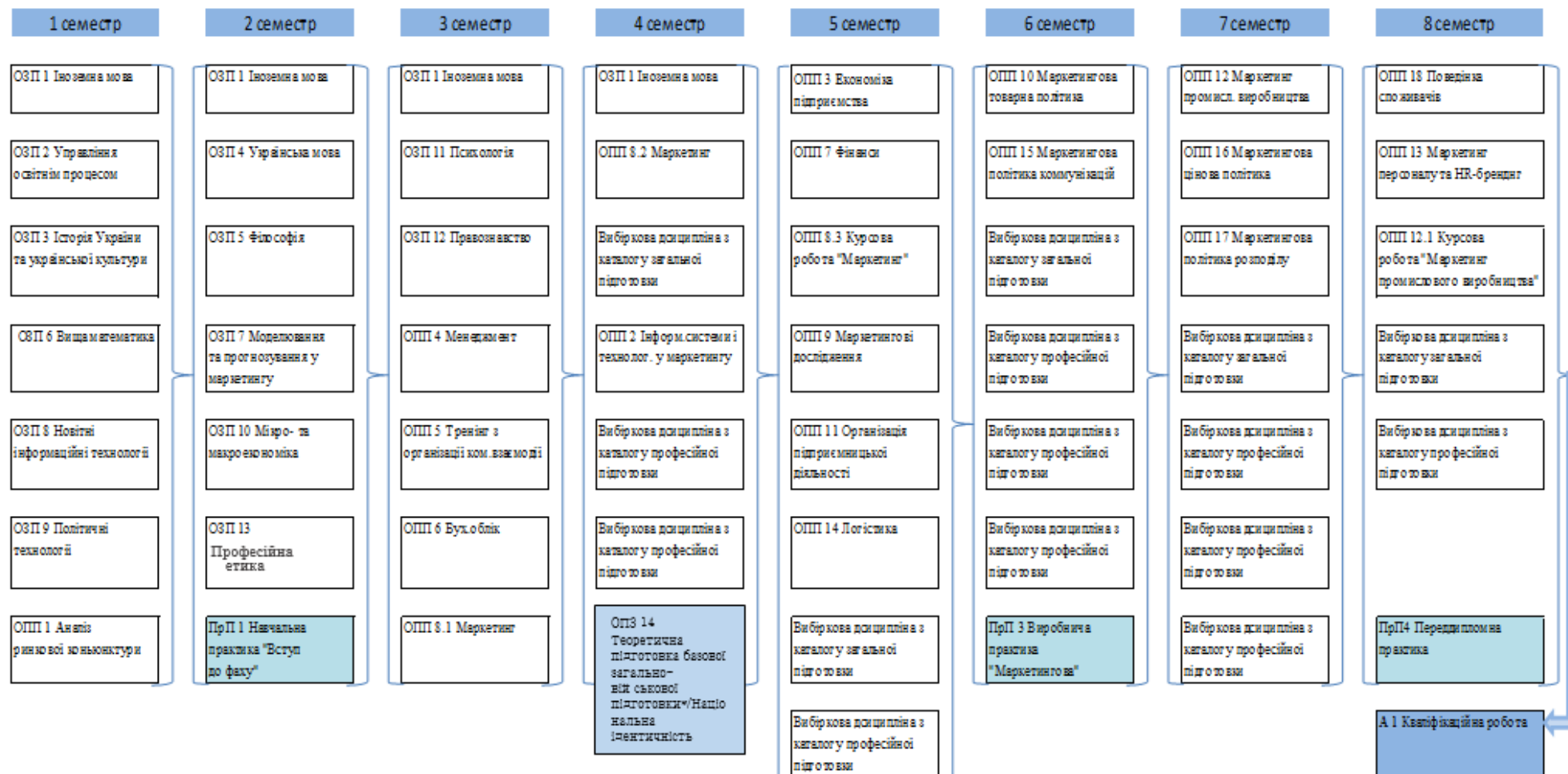
Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
1.1. Цикл загальної підготовки (ОЗП)			
ОЗП 1	Іноземна мова	12,0	залік
ОЗП 2	Управління освітнім процесом	2,0	залік
ОЗП 3	Історія України та української культури	6,0	екзамен
ОЗП 4	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3,0	залік
ОЗП 5	Філософія	3,0	екзамен
ОЗП 6	Вища математика	6,0	екзамен
ОЗП 7	Моделювання та прогнозування в маркетингу	6,0	екзамен
ОЗП 8	Новітні інформаційні технології	4,0	залік
ОЗП 9	Політична економія	5,0	екзамен
ОЗП 10	Мікро та макроекономіка	6,0	екзамен
ОЗП 11	Психологія	6,0	екзамен
ОЗП 12	Правознавство	5,0	залік
ОЗП 13	Професійна етика	6,0	залік
ОЗП 14	Теоретична підготовка базової загальнонавчальної підготовки* / Національна ідентичність	3,0	Залік
Всього		70	
1.2. Цикл професійної підготовки (ОПП)			
ОПП 1	Аналіз ринкової кон'юнктури	4,0	залік
ОПП 2	Інформаційні системи і технології у маркетингу	6,0	екзамен
ОПП 3	Економіка підприємства	4,0	екзамен
ОПП 4	Менеджмент	6,0	екзамен
ОПП 5	Тренінг з організації командної взаємодії	1,0	залік
ОПП 6	Бухгалтерський облік	5,0	екзамен
ОПП 7	Фінанси	4,0	екзамен
ОПП 8	Маркетинг	11,0	
ОПП 8.1	Маркетинг (розділ 1)	4,0	екзамен
ОПП 8.2	Маркетинг (розділ 2)	6,0	екзамен
ОПП 8.3	Курсова робота «Маркетинг»	1	диф. залік
ОПП 9	Маркетингові дослідження	5,0	екзамен
ОПП 10	Маркетингова товарна політика	6,0	екзамен
ОПП 11	Організація підприємницької діяльності	4,0	залік
ОПП 12	Маркетинг промислового виробництва	5,0	екзамен
ОПП 12.1	Курсова робота Маркетинг промислового виробництва	1,0	диф. залік
ОПП 13	Маркетинг персоналу та HR-брендинг	4,0	екзамен
ОПП 14	Логістика	4,0	екзамен
ОПП 15	Маркетингова політика комунікацій	5	екзамен
ОПП 16	Маркетингова цінова політика	4	залік
ОПП 17	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОПП 18	Поведінка споживачів	5	екзамен
Всього		89	
1.3 Практична підготовка (ПрП)			
ПрП 1	Навчальна практика «Вступ до фаху»	3	залік

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
ПрП 2	Виробнича практика (маркетингова)	3	диф.залік
ПрП 3	Переддипломна практика	6,0	диф.залік
Всього		12	
1.4 Атестація(А)			
А 1	Кваліфікаційна робота бакалавра	6,0	екзамен
Всього		6,0	
2. ДИСЦИПЛІНИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ			
2.1. Цикл загальної підготовки (ВЗП)			
ВЗП 1	Конституційне право	4	залік
ВЗП 2	Основи адміністративного права	4	залік
ВЗП 3	Договірне право	4	залік
ВЗП 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням (розділ 1)	4	залік
ВЗП 5	Логіка та критичне мислення	4	залік
ВЗП 6	Політологія	4	залік
ВЗП 7	Іноземна мова за професійним спрямуванням (розділ 2)	4	залік
ВЗП 8	Соціологія	4	залік
ВЗП 9	Соціальний маркетинг	4	залік
ВЗП 10	Іноземна мова за професійним спрямуванням (розділ 3)	4	залік
ВЗП 11	Риторика та ораторське мистецтво	4	залік
ВЗП 12	Іноземна мова за професійним спрямуванням (розділ 4)	4	залік
ВЗП 13	Ділове листування іноземною мовою	4	залік
ВЗП 14	Дисципліни з інших ОПІ ДДМА	4	залік
Всього		20	
2.2. Цикл професійної підготовки(ВПП)			
ВПП 1	Статистика	4	залік
ВПП 2	Культура ведення бізнесу	4	залік
ВПП 3	Гроші та кредит	4	залік
ВПП 4	Контролінг маркетингу	4	залік
ВПП 5	Ризикологія	4	залік
ВПП 6	Електронна комерція	4	залік
ВПП 7	Інфраструктура товарного ринку	4	залік
ВПП 8	Маркетинг інновацій	4	залік
ВПП 9	Теорія проектного аналізу	4	залік
ВПП 10	Зовнішньоекономічна діяльність промислових підприємств	4	залік
ВПП 11	Корпоративна соціальна відповідальність	4	залік
ВПП 12	Іміджмейкінг	4	залік
ВПП 13	Маркетинг послуг	4	залік
ВПП 14	Управління продажами та мерчендайзинг	4	залік
ВПП 15	Рекламна діяльність	4	залік
ВПП 16	Реклама та зв'язки з громадськістю	4	залік
ВПП 17	Бізнес айдентика	4	залік
ВПП 18	Основи конкурентоспроможності	4	залік
ВПП 19	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	4	залік
ВПП 20	Маркетинг технологій	4	залік
ВПП 21	Працевлаштування та ділова кар'єра	4	залік
ВПП 22	Дисципліни з інших ОПІ ДДМА	4	залік
Всього		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

2.2 Структурно-логічна схема підготовки фахівця

Усі вибіркові компоненти сприяють більш досконалому оволодінню студентом знаннями та уміннями, які він отримав у результаті вивчення обов'язкових компонент, мають вихід на переддипломну практику, виконання та захист кваліфікаційної роботи.

Структурно-логічна схема ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи бакалавра та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації «бакалавр маркетингу».

4. Матриця відповідності програмних результатів навчання компонентам освітньої програми

4.1. Обов'язкові навчальні дисципліни

Цикл загальної підготовки (ОЗП)

[illegible]

Цикл професійної підготовки(ОПП)

	ОПП 1	ОПП 2	ОПП 3	ОПП 4	ОПП 5	ОПП 6	ОПП 7	ОПП 8.1	ОПП 8.2	ОПП 8.3	ОПП 9	ОПП 10	ОПП 11	ОПП 12	ОПП 12.1	ОПП 13	ОПП 14	ОПП 15	ОПП 16	ОПП 17	ОПП 18
ПРН1		+			+			+						+			+	+		+	
ПРН2	+									+	+						+	+	+		
ПРН3	+	+	+	+		+			+	+		+		+		+		+		+	
ПРН4		+	+			+		+		+	+		+			+	+	+	+		
ПРН5					+				+		+							+		+	+
ПРН6				+		+			+		+		+						+	+	
ПРН7		+																+			
ПРН8	+	+			+							+						+	+		
ПРН9						+	+	+			+	+	+			+					
ПРН10		+		+	+		+			+	+		+	+							+
ПРН11	+		+				+			+											
ПРН12		+	+					+		+				+	+				+		
ПРН13				+		+	+			+			+		+				+		
ПРН14		+					+					+		+		+	+				
ПРН15								+													+
ПРН16		+							+	+					+	+					
ПРН17																					
ПРН18				+																	
ПРН19	+			+					+			+		+			+	+	+	+	+
ПРН20																					

Практична підготовка (ПрП)

	ПрП 1	ПрП 3	ПрП 4
ПРН1	+		
ПРН2			
ПРН3		+	
ПРН4		+	+
ПРН5			
ПРН6		+	
ПРН7			
ПРН8			+
ПРН9			
ПРН10			+
ПРН11	+		
ПРН12	+		
ПРН13			+
ПРН14			
ПРН15		+	
ПРН16			
ПРН17	+	+	+
ПРН18			+
ПРН19		+	+
ПРН20			

5 Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

5.1. Обов'язкові навчальні дисципліни

Цикл загальної підготовки (ОЗП)

[illegible]

Цикл професійної підготовки(ОПП)

[illegible]

Практична підготовка (ПрП)

	ПрП 1	ПрП 2	ПрП 3
ЗК1		+	+
ЗК2		+	+
ЗК3	+	+	+
ЗК4	+		+
ЗК5			+
ЗК6	+	+	+
ЗК7	+	+	+
ЗК8		+	+
ЗК9		+	+
ЗК10	+	+	+
ЗК11	+		
ЗК 12	+	+	+
ЗК 13		+	+
ЗК 14		+	+
СК1	+	+	+
СК2	+		
СК3	+	+	+
СК4		+	
СК5	+	+	+
СК6	+	+	+
СК7		+	+
СК8	+	+	+
СК9		+	+
СК10		+	+
СК11		+	+
СК12	+	+	+
СК 13	+	+	+
СК14	+	+	+

6 Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

**Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей
(6-й рівень, бакалаврський)**

[illegible]