

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**МАРКЕТИНГ**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**(оновлена)**

**Галузь знань 07 Управління та адміністрування**

**Спеціальність 075 Маркетинг**

**Кваліфікація: бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

Протокол № 43 від 16 червня 2022 р.  
Голова вченої ради  
Ректор  В. Б. Толубко

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2022 р.  
Наказ № 47 від 16 червня 2022 р.

**Київ 2022**

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07– Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг.

Освітньо-професійну програму розроблено робочою групою у складі:

- *Гарант освітньої програми* - Дарчук Вероніка Геннадіївна - кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Виноградова Олена Володимирівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу;
- Дрокіна Ніна Іванівна - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу;
- Писар Надія Богданівна - доктор економічних наук, професор; професор кафедри маркетингу;
- Совершенна Ірина Олексіївна - кандидат технічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Крижко Ольга Валеріївна – старший викладач кафедри маркетингу;
- Яблонський Георгій Олексійович директор ВЕБ-студії «UPWAY»;
- Бесараб Катерина Сергіївна – здобувачка другого рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена у відповідності до Державного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженому наказом Міністерства освіти і науки України від 15.12. 2018 р. № 1343.

## **ВІДОМОСТІ ПРО ПЕРЕГЛЯД ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

Освітньо-професійна програма переглянута та оновлена у відповідності до зауважень та побажань стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, роботодавців) та з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Затверджено рішенням кафедри маркетингу – протокол № 10 від «18» квітня 2022 року.

Завідувач кафедри маркетингу

О.В. Виноградова

Затверджено рішенням Вченої ради університету – протокол № 13 від «16» червня 2022 року.

Введена в дію наказом ректора від 16.06.2022 року

## I. Профіль освітньої програми

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва, кафедра маркетингу
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07 – Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075 – Маркетинг
<b>Назва освітньої програми</b>	Маркетинг Marketing
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр маркетингу
<b>Професійна кваліфікація</b>	Не надається
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, термін навчання 4 роки. Обсяг кредитів за Європейською кредитно- трансферною системою, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») визнаються та перераховуються кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): а) спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» - не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; б) інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» визнаються та перераховуються не більше ніж 60 кредитів ЄКТС.

	<p>Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.</p> <p>75% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю «Маркетинг».</p>
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію освітньої програми “Маркетинг”, спеціальність 075 Маркетинг, перший (бакалаврський) рівень № 309, виданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти (дійсний до 14.05.2025).
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень/ Бакалавр, QF-EHEA- перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	наявність атестата про повну загальну середню освіту або диплому молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
<b>Мова(и) викладання</b>	українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	Програма дійсна до наступної акредитації
<b>Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu">http://www.dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu</a>
<b>Основні поняття та їх визначення</b>	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту»
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
<i>Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності .</i>	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Опис предметної області освітньої програми</b>	<p><i>Об’єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p>

	<p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p><b>Орієнтація освітньої програми</b></p>	<p>Освітня програма спрямована на підготовку фахівців з маркетингу з пріоритетом Digital-маркетингу та широким застосуванням інформаційних технологій, які здатні вирішувати проблеми розробки та реалізації ефективної стратегії маркетингу, з урахуванням особливостей функціонування телекомунікаційної галузі.</p>
<p><b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b></p>	<p>Освітньо-професійна програма репрезентує спеціальну освіту та професійну підготовку компетентних, креативних, високо-інтелектуальних фахівців, здатних працювати у сфері маркетингу та забезпечувати європейський рівень надання маркетингових послуг на інноваційних засадах відповідно до сучасних вимог роботодавців</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність підприємства, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, маркетингові стратегії, Digital-маркетинг.</p>
<p><b>Особливості програми</b></p>	<p>Викладання дисциплін комунікативного блоку, посилена підготовка з англійської мови, спрямована на підготовку комунікабельних, ініціативних спеціалістів, організаторів, які вміють творчо вирішувати непрості завдання, структурно та аналітично мислити, здатних максимізувати прибутки компанії, налагодити зв'язки з вітчизняними і зарубіжними партнерами та споживачами.</p> <p>Програма передбачає викладання навчальних дисциплін спеціалістами у сфері маркетингу та його інформаційно-аналітичного забезпечення, що суттєво поглиблює фахові компетентності майбутніх випускників.</p> <p>Інноваційний підхід до підготовки фахівців з маркетингу базується на формуванні практичних навичок і вмінь на основі сучасних теоретичних знань, з використанням навчально-</p>

	<p>матеріальної бази кафедри маркетингу, створеної на обладнанні останнього покоління, сучасних, прогресивних програмно-апаратних комплексів і програмного забезпечення, які дозволяють здобувачам ВО вже з першого курсу розуміти базові складові своєї професії.</p> <p>Залучення до навчального процесу провідних фахівців - маркетологів з компаній-партнерів спрямоване на вдосконалення здобувачами ВО професійних компетенцій, наближення до світових вимог у фаховій спеціалізації, знайомство з інноваційними напрямками діяльності компаній та передбачає отримання сертифікатів, які підтверджують наявність компетенцій відповідно до вимог роботодавців.</p> <p>Надання знань щодо штучного інтелекту та навичок прикладного застосування хмарних технологій сприяє використанню здобувачами ВО всіх можливостей сучасних інформаційно-телекомунікаційних засобів у майбутній роботі та у повсякденному житті.</p>
--	---

**4 – Придатність випускників  
до працевлаштування та подальшого навчання**

<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Випускники спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; планово-економічному; виробництва; маркетингових досліджень; міжнародних зв'язків; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня.</p> <p>Бакалавр маркетингу підготовлений до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності в розрізі професійних груп та професійних назв робіт відповідно до Національного класифікатора України ДК 003:2010 із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 року № 259: керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі (завідувач підприємства роздрібною торгівлі, завідувач ринку, завідувач секції, керівник торговельно-економічної місії); керівники підрозділів маркетингу (директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу); керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі (директор (керівник) малої торговельної фірми, керуючий магазином,</p>
---	---

	<p>комерсант); керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні (директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної тощо), керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним тощо)); менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; менеджери (управителі) з реклами; професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (економіст із збуту, консультант з маркетингу, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)); мерчендайзер; організатор із збуту; агент рекламний, імпресаріо, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); помічники керівників.</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>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Викладання проводиться державною мовою. Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання передбачає інтерактивне спілкування з викладачами, інноваційні методи навчання, гостьові лекції, навчальні екскурсії на підприємства та організації, використання хмарних технологій; використання платформи MOODLE, електронної бібліотеки ДУТ.</p> <p>Проведення лекцій, практичних і індивідуальних занять, консультацій, презентацій, розв'язання ситуативних завдань, обговорення кейсів, комп'ютерне тестування, виробнича, переддипломна практики, виконання завдань самостійної роботи з опрацюванням нової літератури; підготовка курсової та кваліфікаційної роботи.</p> <p>Університет може визнати результати навчання, здобуті у неформальній/інформальній освіті в обсязі, що не перевищує 25% від загального обсягу освітньої складової освітньо-професійної програми.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Формами оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти є: поточна успішність; письмовий екзамен; диференційований залік; публічних захист кваліфікаційної роботи.</p> <p>З навчальних дисциплін, що завершуються екзаменом, підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти враховує результати поточного контролю знань та екзамену.</p> <p>З навчальних дисциплін, що завершуються диференційованим заліком - за результатами поточного контролю. Критерії оцінювання розроблені у відповідності до чинного</p>



	<p>законодавства та затверджені у «Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті телекомунікацій» та зазначаються у робочій програмі навчальних дисциплін.</p> <p>Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою Університету, національною шкалою та шкалою ЄКТС.</p>
<b>6- Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<b>ЗК 1.</b> 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.
	<b>ЗК 2.</b> 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.
	<b>ЗК 3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	<b>ЗК 4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.
	<b>ЗК 5.</b> Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.
	<b>ЗК 6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	<b>ЗК 7.</b> Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.
	<b>ЗК 8.</b> Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.
	<b>ЗК 9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.
	<b>ЗК 10.</b> Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.
	<b>ЗК 11.</b> Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.

	<p><b>ЗК 12.</b>Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p>
	<p><b>ЗК 13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p>
	<p><b>ЗК 14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності</b></p>	<p><b>ПП 1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу</p>
	<p><b>ПП 2.</b> Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</p>
	<p><b>ПП 3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі</p>
	<p><b>ПП 4.</b>Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</p>
	<p><b>ПП 5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу</p>
	<p><b>ПП 6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності</p>
	<p><b>ПП 7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p>
	<p><b>ПП 8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p>
	<p><b>ПП 9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності</p>
	<p><b>ПП10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p>
	<p><b>ПП11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p>
	<p><b>ПП12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу</p>
	<p><b>ПП13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі</p>
	<p><b>ПП14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
	<p><b>ПП15.</b> Здатність організувати роботу з постачальниками за допомогою використання SRM-системи, формувати ефективні логістичні схеми</p>
	<p><b>ПП16.</b> Здатність формувати ефективний процес закупівлі та продажу телекомунікаційних продуктів та управляти ризиками з використанням хмарних технологій, що виникають у процесі роботи підприємства.</p>
<p><b>7 – Програмні результати навчання</b></p>	

	<p><b>ПРН 1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p>
	<p><b>ПРН 2.</b> Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p>
	<p><b>ПРН 3.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p>
	<p><b>ПРН 4.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p>
	<p><b>ПРН 5.</b> Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>
	<p><b>ПРН 6.</b> Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p>
	<p><b>ПРН 7.</b> Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>
	<p><b>ПРН 8.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p>
	<p><b>ПРН 9.</b> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p>
	<p><b>ПРН 10.</b> Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>
	<p><b>ПРН 11.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>
	<p><b>ПРН 12.</b> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p>
	<p><b>ПРН 13.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>
	<p><b>ПРН 14.</b> Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p>
	<p><b>ПРН 15.</b> Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного</p>

	<p>різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості</p> <p><b>ПРН 16.</b> Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p><b>ПРН 17.</b> Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p><b>ПРН 18.</b> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p><b>ПРН 19.</b> Організувати роботу з постачальниками за допомогою використання SRM-системи, формувати ефективні логістичні схеми.</p> <p><b>ПРН 20.</b> Організувати ефективний процес закупівель та продажу телекомунікаційних продуктів із застосуванням хмарних технологій, виявляти та знижувати ризики.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Група забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг» сформована з числа науково-педагогічних працівників Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій. Кількісний та якісний склад групи відповідають Ліцензійним вимогам, затвердженим Постановою КМУ № 1187 від 30.12.15 р. (у редакції від 20.06.2021) «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». До навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької / управлінської / інноваційної роботи та/або роботи за фахом.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Для проведення практичних занять з метою формування професійних компетенцій зі спеціальності 075 «Маркетинг» використовується спеціалізована навчальна лабораторія № 417, яка оснащена сучасними комп'ютерами та програмно-апаратними комплексами, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100CTR, Revendo – сервіси оптимізації контекстної реклами</li> <li>- Borstch, Pokupo, Webflow, Landingi – сервіси створення продуктових лендінгів</li> <li>- Canva, Illustrator, Pablobuffer – створення елементів брендбуку</li> <li>- CleverTarget – дослідження аудиторії для таргетованої реклами</li> <li>- Databox, Dasheroo – сервіси слідкування основних показників ефективності, аналітики, маркетингу</li> </ul>

- FeedSpy, Соціалітик, SORGE – сервіси моніторингу активності конкурентів у соціальних мережах та сайтів
- Getinline – сервіс онлайн запису та автоматизації бізнесу у сфері послуг
- Googleanalytics, Googleforms, Googledocs, GoogleTrends – для проведення маркетингових досліджень
- HohliBuilder, Creately, Piktochart, GoogleCharts, Vizualize - онлайн сервіси для створення інфографіки
- Logaster, CoolText, OnlineLogoMaker, LogoEase, Онлайн-Designimo - сервіси створення логотипів
- Microsoft Dynamics CRM, CRM Bitrix24, Retail CRM – міжнародні CRM системи
- Microsoft Excel, NextDoc, Airtable, Google таблиці – сервіси систематизації маркетингових даних
- Microsoft Power BI - візуалізація маркетингових даних
- MindMap, Mindomo – для побудови маркетингових карт
- Moqups – для створення шаблонів сайту
- OliveaClub, HiConversion – облік витрат на рекламу у соціальних мережах
- OnlineVizitka, Календарум, Printmaker - сервіси створення візитоконлайн
- Priceva, Competera, Metacommerce – сервіс моніторингу цін конкурентів для Інтернет-магазинів
- Quantcast, SharkUP – сервіси дослідження даних рекламних компаній
- Randomizer–проведення он-лайн акцій у соціальних мережах
- Testograf, Survio, Surveymonkey, GoogleForms, Anketolog, Simpoll - сервіси онлайн-опитувань
- WordPress - для створення комерційних сайтів
- ZohoSocial, SMMplanner – сервіси створення графіку розміщення постів у соціальних мережах
- Лидсканер, TargetHunter – сервіс пошуку потенційних клієнтів у соціальних мережах
- Чатра, Talk-Me – онлайн сервіси для підтримки та консультування клієнтів на сайті

Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.

Інфраструктура ДУТ: бібліотека, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожиток. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитку відповідає вимогам.

<p><b>Інформаційно-методичне забезпечення</b></p>	<p>У ДУТ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності.</p> <p>Всі дисципліни навчального плану забезпечені інформаційними та навчально-методичними матеріалами та розміщені у системі дистанційного навчання Moodle у т.ч. з доступом до електронної бібліотеки Державного університету телекомунікацій.</p> <p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку.</p> <p>Наявність бібліотеки, яка забезпечує студентів бібліотечно-інформаційними послугами та електронного архіву.</p> <p>Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>Наявність офіційного веб-сайту ДУТ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня / освітньо - наукова / видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація).</p>
<p><b>9 – Академічна мобільність</b></p>	
<p><b>Національна кредитна мобільність</b></p>	<p>Наявність двосторонніх договорів між Державним університетом телекомунікацій та закладами вищої освіти України забезпечує національну кредитну мобільність.</p>
<p><b>Міжнародна кредитна мобільність</b></p>	<p>Зміст освітньої програми відповідає стандартам вищої освіти, що дозволяє приймати участь у програмах подвійних дипломів та бути конкурентоспроможним на світовому ринку праці.</p>
<p><b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Іноземним здобувачам вищої освіти гарантуються всі права та свободи, у відповідності до чинного законодавства України.</p>

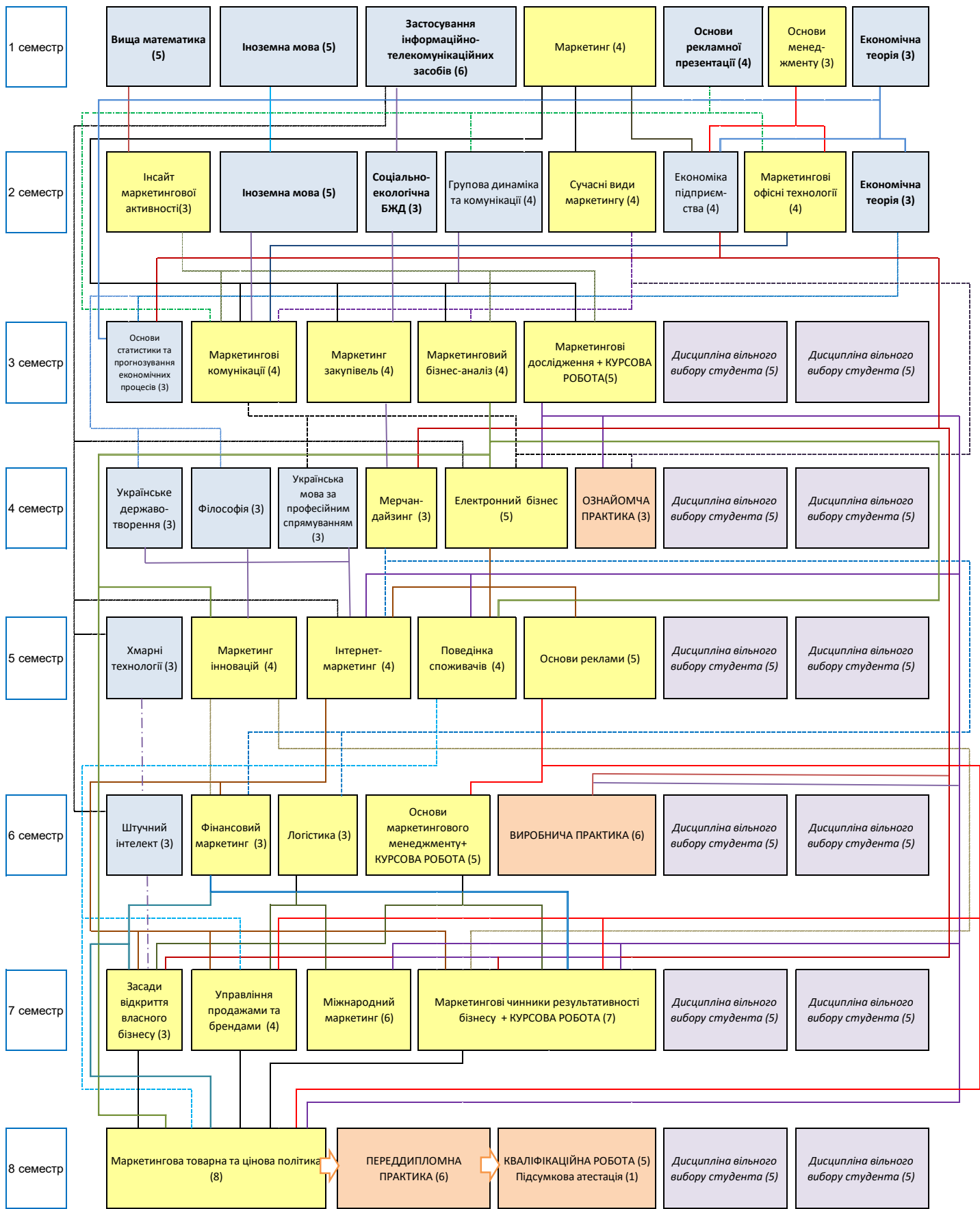
## II. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Кодн/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кіль- кість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<b>Цикл дисциплін загальної підготовки</b>			
ЗК 15.1.01	Застосування інформаційно-телекомунікаційних засобів	6	Диф.залік
ЗК 15.1.02	Основи рекламної презентації	4	Диф.залік
ЗК 15.1.03	Вища математика	5	Екзамен
ЗК 15.1.04	Іноземна мова	10	Екзамен
ЗК 15.1.05	Економічна теорія	6	Екзамен
ЗК 15.1.06	Соціально-екологічна безпека життєдіяльності	3	Екзамен
ЗК 15.1.07	Групова динаміка та комунікації	4	Диф.залік
ЗК 15.1.08	Економіка підприємства	4	Диф.залік
ЗК 15.1.09	Основи статистики та прогнозування економічних процесів	3	Диф.залік
ЗК 15.1.10	Філософія	3	Екзамен
ЗК 15.1.11	Українська мова за професійним спрямуванням	3	Диф.залік
ЗК 15.1.12	Українське державотворення	3	Екзамен
ЗК 15.1.13	Хмарні технології	3	Диф.залік
ЗК 15.1.14	Штучний інтелект	3	Диф.залік
<b>Всього за циклом дисциплін загальної підготовки</b>		<b>60</b>	-
<b>Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки</b>			
<b>Навчальні дисципліни професійної підготовки</b>			
ПП 15.2.01	Основи менеджменту	3	Диф.залік
ПП 15.2.02	Маркетинг	4	Екзамен
ПП 15.2.03	Сучасні види маркетингу	4	Диф.залік
ПП 15.2.04	Інсайт маркетингової активності	3	Диф.залік
ПП 15.2.05	Маркетингові офісні технології	4	Диф.залік
ПП 15.2.06	Маркетинг закупівель	4	Диф.залік
ПП 15.2.07	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ПП 15.2.08	Мерчандайзинг	3	Диф.залік
ПП 15.2.09	Маркетингові дослідження	5	Екзамен / Курсова робота
ПП 15.2.10	Маркетинговий бізнес-аналіз	4	Диф.залік
ПП 15.2.11	Електронний бізнес	5	Диф.залік
ПП 15.2.12	Основи реклами	5	Екзамен
ПП 15.2.13	Поведінка споживачів	4	Екзамен
ПП 15.2.14	Інтернет - маркетинг	4	Диф.залік
ПП 15.2.15	Маркетинг інновацій	4	Диф.залік

ПП 15.2.16	Логістика	3	Екзамен
ПП 15.2.17	Фінансовий маркетинг	4	Екзамен
ПП 15.2.18	Основи маркетингового менеджменту	4	Екзамен / Курсова робота
ПП 15.2.19	Управління продажами та брендами	4	Диф.залік
ПП 15.2.20	Засади відкриття власного бізнесу	3	Диф.залік
ПП 15.2.21	Міжнародний маркетинг	6	Екзамен
ПП 15.2.22	Маркетингові чинники результативності бізнесу	7	Екзамен /Курсова робота
ПП 15.2.23	Маркетингова товарна та цінова політика	8	Екзамен
<b><i>Практична підготовка</i></b>			
ПП 15.2.24	Ознайомча практика	3	Диф.залік
ПП 15.2.25	Виробнича практика	6	Диф.залік
ПП 15.2.26	Переддипломна практика	6	Диф.залік
<b><i>Атестація здобувачів вищої освіти</i></b>			
ПП 15.2.27	Кваліфікаційна робота	6	Атестація
<b>Всього за циклом професійної та практичної підготовки</b>		<b>180</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>	Диф.залік
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	-



### III. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми





**VI. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)  
відповідними компонентами освітньої програми**

	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19	ПРН 20
ЗК 15.1.01							•									•				
ЗК 15.1.02							•			•		•								
ЗК 15.1.03		•																		
ЗК 15.1.04										•							•			
ЗК 15.1.05		•				•														
ЗК 15.1.06									•				•		•				•	
ЗК 15.1.07												•		•	•				•	
ЗК 15.1.08				•		•														
ЗК 15.1.09		•		•		•														
ЗК 15.1.10											•	•			•				•	
ЗК 15.1.11										•							•		•	
ЗК 15.1.12				•											•				•	
ЗК 15.1.13							•					•								•
ЗК 15.1.14		•					•	•			•	•								
ПП 15.2.01										•			•	•						
ПП 15.2.02	•	•	•													•				
ПП 15.2.03	•							•				•				•			•	
ПП 15.2.04	•							•			•	•				•			•	
ПП 15.2.05	•						•						•		•	•			•	
ПП 15.2.06		•	•			•	•		•	•										•
ПП 15.2.07	•					•	•			•										
ПП 15.2.08	•		•					•		•										
ПП 15.2.09		•		•	•		•		•											
ПП 15.2.10		•	•	•			•		•	•										
ПП 15.2.11				•	•	•	•	•			•		•			•				
ПП 15.2.12			•					•		•		•							•	
ПП 15.2.13	•	•	•	•	•			•												
ПП 15.2.14			•					•		•		•							•	
ПП 15.2.15		•						•		•		•				•				
ПП 15.2.16		•		•		•		•		•									•	
ПП 15.2.17		•		•	•	•			•				•							
ПП 15.2.18	•		•	•	•															
ПП 15.2.19			•	•	•			•	•	•									•	
ПП 15.2.20				•						•		•	•	•						
ПП 15.2.21		•			•			•	•											
ПП 15.2.22		•	•	•	•	•	•		•										•	
ПП 15.2.23			•	•				•	•				•			•				
ПП 15.2.24	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПП 15.2.25	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПП 15.2.26	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

**Гарант освітньої програми**  
доцент кафедри маркетингу  
Навчально-наукового інституту  
менеджменту та підприємництва,  
кандидат економічних наук

**В.Г. Дарчук**