

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

МАРКЕТИНГ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(оновлена)

Галузь знань **07 Управління та адміністрування**
Спеціальність **075 Маркетинг**
Кваліфікація: **бакалавр маркетингу**

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

Протокол № 14 від 26 квітня 2021 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2021 р.

Ректор _____ В.Б. Толубко

Наказ № 88 від 26 квітня 2021 р.

Київ 2021

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

Гарант освітньої програми -

Дрокіна Ніна Іванівна - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу.

Голова робочої групи -

Виноградова Олена Володимирівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу.

Члени робочої групи:

Дарчук Вероніка Геннадіївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу;

Совершенна Ірина Олексіївна - кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу;

Литвинова Ольга Володимирівна - кандидат економічних наук, 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 10.07. 2019 р. № 960.

ВІДОМОСТІ ПРО ПЕРЕГЛЯД ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітньо-професійна програма переглянута та оновлена у відповідності до рекомендацій акредитаційної комісії, 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 № 9 від «19» квітня 2021 року.

Завідувач кафедри маркетингу



О.В. Виногорова

Затверджено рішенням Вченої ради університету – протокол № 1 від «26» квітня 2021 року.

Введена в дію наказом ректора від 26.04.2021 року № 88.

1. Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	бакалавр кваліфікація – бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	диплом бакалавра, одиничний, термін навчання 4 роки. Обсяг освітньої програми: - на базі середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС (термін навчання - 3 роки 10 місяців денної форми навчання; 4 роки 10 місяців – заочної форми навчання); - на базі ступеня молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») можливо перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки: спеціальностей галузі знань 07 Управління і адміністрування, а також спеціальності 051 «Економіка» - не більше 60 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат акредитації ОП освітнього рівня «Бакалавр» № 309, дійсний до 14.05.2025
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень/ Бакалавр, QF-EHEA- перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	наявність атестата про повну загальну середню освіту або диплому молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	Програма дійсна до наступної акредитації
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu

2 – Мета освітньої програми

Метою бакалаврської програми є формування та розвиток у бакалаврів маркетингу загальних і професійних компетентностей, необхідних для ефективного вирішення завдань маркетинговій діяльності підприємств різних рівнів та форм власності щодо формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики в управлінській, освітній, медійно-комунікативній, бізнесовій та інших дисциплінарно-професійних полях.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область, напрям (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. 100 % обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю 075 «Маркетинг», визначених стандартом вищої освіти. Програма носить прикладний характер та зорієнтована на активну діяльність випускників у сфері маркетингу та розвиток перспективи підготовки фахівців з маркетингу на демократичних та інноваційних засадах з урахуванням особливостей функціонування телекомунікаційної галузі із широким застосуванням інформаційних технологій
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингу. Підготовка професійно-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 Ключові слова: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА, МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ, МЕРЧАНДАЙЗИНГ, МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ.

<p>Опис предметної області освітньої програми</p>	<p>Освітня програма спрямована на підготовку фахівців з маркетингу з пріоритетом Інтернет-маркетингу та широким застосуванням інформаційних технологій, які здатні вирішувати проблеми розробки та реалізації ефективної стратегії маркетингу, з урахуванням особливостей функціонування телекомунікаційної галузі.</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-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> <p>Викладання дисциплін комунікативного блоку, посилена підготовка з англійської мови, спрямоване 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>Особливості програми</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>Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність у підприємствах, організаціях та установах різного рівня підпорядкування та різної форми власності.</p>

<p>Особливості програми</p>	<p>Теоретичний зміст предметної області: понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу; специфіки діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, теоретичні засади та інструментарій формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології наукового пізнання, аналітичної обробки інформації, організаційно-технологічного та правового забезпечення, електронного документообігу.</p> <p>Інструменти та обладнання: інформаційно-аналітичні інструменти маркетингових досліджень, системи підтримки прийняття управлінських рішень, спеціальне програмне забезпечення.</p>
<p>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</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:</p> <p>1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі (завідувач підприємства роздрібною торгівлі, завідувач ринку, завідувач секції, керівник торговельно-економічної місії).</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу (директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу).</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі (директор (керівник) малої торговельної фірми, керуючий магазином, комерсант).</p> <p>1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні (директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.), керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.)).</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та</p>

	<p>вивчення суспільної думки. 1475.4 Менеджери (управителі) 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 (економіст із збуту, консультант з маркетингу, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)). 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор із збуту 3429 Агент рекламний, Імпресаріо, Представник з реклами, Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 3436 Помічники керівників</p>
Подальше навчання	Можливість продовжувати навчання за освітньою програмою другого (магістерського) освітнього рівня вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання проводиться державною мовою. Основними способами передачі змісту освітньої програми є проведення лекцій, практичних і індивідуальних занять, консультацій, презентацій, розв'язання ситуативних завдань, тестування, виробнича, переддипломна практики. Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання передбачає інтерактивне спілкування з викладачами, прогресивні форми викладання, навчальні екскурсії на підприємства та організації, оволодіння професійними методиками; самостійну роботу на основі підручників та конспектів, використання дистанційних курсів, інформаційно-комунікаційних технологій на основі Інтернету, електронної бібліотеки ДУТ.
Оцінювання	Оцінювання сформованих компетенцій проводиться під час контрольних заходів, які передбачені цією освітньою програмою та зазначені у навчальному плані. Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів вищої освіти розроблені у відповідності до чинного законодавства та затверджені у «Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті телекомунікацій».
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 (ЗК)	ЗК 1. 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.
	ЗК 2. 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.
	ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.
	ЗК5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.
	ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.
	ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.
	ЗК 10. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.
	ЗК 11. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.
	ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.
	ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Спеціальні (фахові) компетентності	ПП 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
	ПП 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу
	ПП 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі
	ПП 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими

	ПП 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
	ПП 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
	ПП 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
	ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
	ПП 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності
	ПП10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
	ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
	ПП13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі
	ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
	ПП15. Здатність усвідомлювати умови ефективності міжнародної сегментації, застосовувати методикку аналізу зовнішніх ринків, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки
	ПП16. Здатність діагностувати фінансово-економічні проблеми здійснення маркетингової діяльності на глобальному (мега), макро-, мезо- і мікрорівнях
	ПП17. Здатність до розробки програм управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою з врахуванням особливостей віртуального Інтернет- середовища
	ПП18. Здатність до використання маркетингових інструментів для аналізу, оцінки та прогнозування ринку телекомунікацій; просування та оцінки ефективності проєктів телекомунікаційних підприємств.
7 – Програмні результати навчання	
	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання

необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 15. 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
ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	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. До навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької / управлінської / інноваційної роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Для проведення практичних занять з метою формування професійних компетенцій зі спеціальності 075 «Маркетинг» використовується спеціалізована навчальна лабораторія маркетингових досліджень №417, яка оснащена сучасними комп'ютерами та програмно-апаратними комплексами, а саме: <ul style="list-style-type: none">- 100CTR, Revendo – сервіси оптимізації контекстної реклами- Borstch, Pokuro, Webflow, Landingi – сервіси створення продуктових лендінгів- Canva, Illustrator, Pablobuffer – створення елементів брендбуку- CleverTarget – дослідження аудиторії для таргетованої реклами- Databox, Dasheroo – сервіси слідування основних показників ефективності, аналітики, маркетингу- 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

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>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>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</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. доступом до електронної бібліотеки Державного університету телекомунікацій.</p> <p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку.</p> <p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>Є офіційний веб-сайт 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>9 – Академічна мобільність</p>	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>Наявність двосторонніх договорів між Державним університетом телекомунікацій та закладами вищої освіти України забезпечує національну кредитну мобільність</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</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>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Передбачає навчання іноземців та осіб без громадянства після проходження процедури акредитації</p>

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

2.1. Зміст підготовки за освітньою програмою компетентності та результатами навчання

№ п.п.	Дисципліна	Шифр	Компетентність	Результат навчання
1	2	3	4	5
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Цикл дисциплін загальної підготовки				
1.	Застосування інформаційно-телекомунікаційних засобів	ЗК 15.1.01	ЗК4, ЗК6, ЗК8, ЗК9	ПРН 7, ПРН 16
2.	Основи рекламної презентації	ЗК 15.1.02	ЗК11,ЗК12	ПРН 7, ПРН10, ПРН 12
3.	Вища математика	ЗК 15.1.03	ЗК3, ЗК8	ПРН 2
4.	Іноземна мова*	ЗК 15.1.04	ЗК10, ЗК12, ЗК13	ПРН 10, ПРН 17
5.	Економічна теорія	ЗК 15.1.05	ЗК3, ЗК4, ЗК8	ПРН 2, ПРН 6
6.	Соціально-екологічна безпека життєдіяльності	ЗК 15.1.06	ЗК1, ЗК2, ЗК7, ЗК14	ПРН 9, ПРН13, ПРН 15, ПРН 18
7.	Групова динаміка та комунікації	ЗК 15.1.07	ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК11, ЗК12, ЗК14	ПРН 12, ПРН 14, ПРН 15, ПРН 18
8.	Економіка підприємства	ЗК 15.1.08	ЗК7, ЗК8	ПРН 4, ПРН 6
9.	Статистичне моделювання і прогнозування економічних процесів	ЗК 15.1.09	ЗК3, ЗК8, ЗК9	ПРН 2, ПРН 4, ПРН 6
10.	Філософія	ЗК 15.1.10	ЗК1, ЗК3, ЗК4, ЗК14	ПРН 11, ПРН 12, ПРН 15, ПРН 18
11.	Ділові комунікації (Українська мова професійного спрямування)	ЗК 15.1.11	ЗК2, ЗК10, ЗК12	ПРН 10, ПРН 17, ПРН 18
12.	Українське державотворення	ЗК 15.1.12	ЗК2, ЗК14	ПРН 4, ПРН 15, ПРН 18
13.	Хмарні технології	ЗК 15.1.13	ЗК4, ЗК8, ЗК9	ПРН 7, ПРН 12
14.	Штучний інтелект	ЗК 15.1.14	ЗК3, ЗК4, ЗК8, ЗК9	ПРН 2, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 11, ПРН 12
Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки				
1.	Основи менеджменту	ПП 15.2.01	ЗК5, ЗК11, ПП4, ПП13	ПРН 10, ПРН 13, ПРН 14
2.	Маркетинг	ПП 15.2.02	ЗК6, ПП1- ПП4	ПРН 1-ПРН 3, ПРН 16
3.	Сучасні види маркетингу	ПП 15.2.03	ЗК4, ЗК6, ПП2, ПП3, ПП5, ПП9	ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16, ПРН 18
4.	Інсайт маркетингової активності	ПП 15.2.04	ЗК8, ПП2, ПП3, ПП9	ПРН 1, ПРН 8, ПРН 11, ПРН 12, ПРН 16, ПРН18
5.	Маркетингові офісні технології	ПП 15.2.05	ЗК6,ЗК7,ЗК14, ПП4, ПП10	ПРН1, ПРН7,ПРН13, ПРН 15,ПРН 16,ПРН 18
6.	Маркетинг закупівель	ПП 15.2.06	ЗК6, ЗК7,ЗК9,ПП4, ПП7,ПП8,ПП10	ПРН 2, ПРН 3, ПРН 6, ПРН 7, ПРН 9, ПРН 10
7.	Маркетингові комунікації	ПП 15.2.07	ЗК6, ЗК9, ЗК12, ПП5, ПП10, ПП17	ПРН 1, ПРН 6, ПРН 7, ПРН 10

1	2	3	4	5
8.	Мерчандайзинг	ПП 15.2.08	ЗК4, ЗК6, ПП1, ПП4, ПП14	ПРН 1, ПРН 3, ПРН 8, ПРН 10
9.	Маркетингові дослідження	ПП 15.2.09	ЗК8, ПП3, ПП5, ПП6, ПП10, ПП11, ПП18	ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 7, ПРН 9
10.	Маркетинговий бізнес-аналіз	ПП 15.2.10	ЗК8, ПП6, ПП7, ПП8, ПП10	ПРН 2, ПРН3, ПРН 4, ПРН 7, ПРН 9, ПРН10
11.	Контент-маркетинг	ПП 15.2.11	ЗК3, ЗК4, ЗК14, ПП2, ПП4, ПП7	ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13, ПРН15, ПРН 17
12.	Інтернет-маркетинг	ПП 15.2.12	ЗК8, ЗК9, ЗК14, ПП6, ПП8, ПП10, ПП11, ПП17	ПРН 2, ПРН 4-ПРН 8, ПРН 16
13.	Основи реклами	ПП 15.2.13	ЗК4, ЗК6, ПП7, ПП9, ПП14, ПП17	ПРН 3, ПРН 8, ПРН 10, ПРН 12, ПРН18
14.	Поведінка споживачів	ПП 15.2.14	ЗК8, ЗК9, ПП3- ПП6, ПП14	ПРН 1-ПРН 5, ПРН 8
15.	Електронний бізнес	ПП 15.2.15	ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП9, ПП10, ПП11	ПРН 4-ПРН 8, ПРН 11, ПРН 13, ПРН 16
16.	Маркетинг інновацій	ПП 15.2.16	ЗК4, ПП1, ПП2, ПП4, ПП9, ПП12	ПРН 2, ПРН 8, ПРН 10, ПРН 12, ПРН 16
17.	Логістика	ПП 15.2.17	ПП4, ПП7, ПП14	ПРН 2, ПРН 4, ПРН 6, ПРН 8, ПРН 10
18.	Фінансовий маркетинг	ПП 15.2.18	ПП6-ПП8, ПП11, ПП14, ПП15	ПРН 2, ПРН 4-ПРН 6, ПРН 9, ПРН 13
19.	Основи маркетингового менеджменту	ПП 15.2.19	ЗК6, ЗК12, ПП4, ПП13, ПП18	ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 5
20.	Управління продажами та брендами	ПП 15.2.20	ЗК5, ПП3, ПП4, ПП11, ПП14, ПП17	ПРН 3, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 8, ПРН 9, ПРН 10
21.	Засади відкриття власного бізнесу	ПП 15.2.21	ЗК5, ЗК7, ПП8, ПП13	ПРН 4, ПРН 10, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 14
22.	Міжнародний маркетинг	ПП 15.2.22	ЗК13, ПП11, ПП15, ПП16	ПРН 2, ПРН 5, ПРН 8, ПРН 9
23.	Маркетингові чинники результативності бізнесу	ПП 15.2.23	ПП3, ПП6-ПП8, ПП10-ПП12, ПП14	ПРН 2- ПРН 7, ПРН 9
24.	Маркетингова товарна та цінова політика	ПП 15.2.24	ЗК7, ПП4, ПП7, ПП8, ПП11, ПП12, ПП14, ПП17	ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8 - ПРН 10, ПРН 13, ПРН 16
25.	Виробнича практика	ПП 15.2.25	ЗК4 - ЗК14, ПП1 - ПП18	ПРН 1, ПРН 3, ПРН 5- ПРН 7, ПРН10-ПРН12, ПРН14, ПРН16, ПРН17
26.	Переддипломна практика	ПП 15.2.26	ЗК1 - ЗК14, ПП1 - ПП18	ПРН 1- ПРН 18
27.	Кваліфікаційна робота Підсумкова атестація	ПП 15.2.27	ЗК1 - ЗК14, ПП1 - ПП18	ПРН 1- ПРН 18

* Дисципліна «Іноземна мова» для підготовки іноземців та осіб без громадянства замінюється на дисципліну «Українська мова як іноземна».

2.2. Перелік компонент ОП

Кодн/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кіль- кість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл дисциплін загальної підготовки			
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	4	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	3	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	Ділові комунікації (Українська мова професійного спрямування)	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
Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки			
ПП 15.2.01	Основи менеджменту	3	Диф.залік
ПП 15.2.02	Маркетинг	5	Екзамен
ПП 15.2.03	Сучасні види маркетингу	4	Диф.залік
ПП 15.2.04	Інсайт маркетингової активності	4	Екзамен
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	4	Диф.залік
ПП 15.2.09	Маркетингові дослідження	5	Екзамен / Курсова робота
ПП 15.2.10	Маркетинговий бізнес-аналіз	3	Диф.залік
ПП 15.2.11	Контент-маркетинг	3	Диф.залік
ПП 15.2.12	Інтернет - маркетинг	5	Диф.залік

ПП 15.2.13	Основи реклами	5	Екзамен
ПП 15.2.14	Поведінка споживачів	4	Екзамен
ПП 15.2.15	Електронний бізнес	4	Диф.залік
ПП 15.2.16	Маркетинг інновацій	4	Диф.залік
ПП 15.2.17	Логістика	3	Екзамен
ПП 15.2.18	Фінансовий маркетинг	3	Екзамен
ПП 15.2.19	Основи маркетингового менеджменту	5	Екзамен /Курсова робота
ПП 15.2.20	Управління продажами та брендами	4	Диф.залік
ПП 15.2.21	Засади відкриття власного бізнесу	3	Диф.залік
ПП 15.2.22	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
ПП 15.2.23	Маркетингові чинники результативності бізнесу	9	Екзамен /Курсова робота
ПП 15.2.24	Маркетингова товарна та цінова політика	8	Екзамен
ПП 15.2.25	Виробнича практика	6	Диф.залік
ПП 15.2.26	Переддипломна практика	6	Диф.залік
ПП 15.2.27	Кваліфікаційна робота	5	
	Підсумкова атестація	1	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
	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
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<i>Вимоги до кваліфікаційної роботи</i>	Захист кваліфікаційної роботи проводиться відкрито і гласно. Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. Має бути перевірена на плагіат відповідно до «Положення про запобігання академічному плагіату у Державному університеті телекомунікацій» та оприлюднена у депозитарію Університету.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	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	ПП 15.2.27								
ЗК1						•	•			•																															•	•	•						
ЗК2						•					•	•																														•	•	•					
ЗК3			•		•					•	•															•																	•	•	•				
ЗК4	•				•		•						•	•			•							•			•																•	•	•				
ЗК5							•								•																•												•	•	•				
ЗК6	•															•	•		•	•								•															•	•	•				
ЗК7						•		•																																				•	•	•			
ЗК8	•		•		•			•	•				•	•				•					•	•			•																	•	•	•			
ЗК9	•								•					•																															•	•	•		
ЗК10				•							•																																		•	•	•		
ЗК11		•					•								•																														•	•	•		
ЗК12		•		•			•					•																																		•	•	•	
ЗК13				•																																										•	•	•	
ЗК14						•	•				•		•						•						•	•																				•	•	•	
ПП 1																•						•																							•	•	•		
ПП 2																•	•	•																												•	•	•	
ПП 3																•	•	•																													•	•	•
ПП 4																•	•			•	•																										•	•	•
ПП 5																•																															•	•	•
ПП 6																•																															•	•	•
ПП 7																																															•	•	•
ПП 8																																															•	•	•
ПП 9																	•	•																													•	•	•
ПП 10																																															•	•	•
ПП 11																																															•	•	•
ПП 12																																															•	•	•
ПП 13																•																															•	•	•
ПП 14																																															•	•	•
ПП 15																																															•	•	•
ПП 16																																															•	•	•
ПП 17																																															•	•	•
ПП 18																																															•	•	•

5. 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
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	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПП 15.2.27	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

Гарант освітньої програми
професор кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва,
доктор економічних наук

Н.І. Дрокіна