

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Введено в дію наказом ректора
НУ «Запорізька політехніка»
від _____ р. № _____
Ректор
_____ Віктор ГРЕШТА

МАРКЕТИНГ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

галузь знань **07** Управління та адміністрування
спеціальність **D5** Маркетинг
кваліфікація **Бакалавр маркетингу**

Схвалено вченою радою
НУ «Запорізька політехніка»
(протокол №__ від _____ .2026 р.)

Голова вченої ради

_____ Володимир БАХРУШИН

Запоріжжя 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалаврів маркетингу розроблено на основі стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Посилання: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>

Розроблено робочою групою у складі:

1. ПАВЛІШИНА Ніна, к.е.н., доцент, доцент кафедри «Маркетинг та логістика, голова робочої групи
2. ЗЕРКАЛЬ АНАСТАСІЯ, д.е.н., професор, професор кафедри «Маркетинг та логістика»
3. БОРИСЕНКО ОЛЕНА, к.е.н., доцент, доцент кафедри «Маркетинг та логістика»
4. КРАЙНІЙ Валерій, Заступник голови Ради Запорізької обласної федерації роботодавців, Віце президент Запорізького обласного союзу промисловців та підприємців (роботодавців) «Потенціал», депутат Верховної Ради України 6-го скликання
5. ТРУБАЙ Ольга, студентка групи БТЕ-1113

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Інна Хоменко, зав. кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики НУ «Чернігівська політехніка», д.е.н., професорка
2. Олександра Тарковська, менеджер з замовлень мереж ТОВ «КЛІОН»

1. ОПИС ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 МАРКЕТИНГ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

1.1 Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет «Запорізька політехніка», кафедра «Маркетинг та логістика».
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Кваліфікація в дипломі	Освітній ступінь – бакалавр. Спеціальність – D5 Маркетинг.
Рівень кваліфікації	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти; за Національною рамкою кваліфікацій України – 6 рівень; за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – Bachelor’s degree (First cycle); за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – Level 6
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Тип диплому	Диплом бакалавра, одиничний.
Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти, строк навчання	Обсяг освітньої програми: - на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» (не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС); - інших спеціальностей не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
Вимоги до осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Наявність документу про повну загальну середню освіту; наявність диплому молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста)
Наявність акредитації	ОПП акредитована. Протокол № 8 (80) від 28.05.2025 р. Сертифікат про акредитацію №13171. Дійсний до 01.07.2030 р.
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Каталог освітніх програм університету: https://catalogop.zp.edu.ua/EduProgs.php
1.2 Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців, здатних ефективно працювати в умовах цифрової економіки та реалізовувати новітні підходи у сфері маркетингу, задля розвитку Української держави й суспільства, враховуючи галузеві та регіональні особливості Південно-Східного регіону, формуючи високоосвічений та національно свідомий	

людський потенціал і створюючи нові знання і технології в сфері маркетингу, проводячи прикладні дослідження ринку, надаючи консультації для інтелектуальної підтримки органів влади, підприємств, установ та організації з орієнтацією на глобальні цілі сталого розвитку.

1.3 Характеристика освітньої програми

Предметна область
Об'єкти вивчення: маркетингова діяльність як сфера взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.
Цілі навчання: підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють теоретичними знаннями та практичними навичками, здатними до професійного вдосконалення та розвитку особистості, необхідні для здійснення ефективної маркетингової діяльності підприємства.
Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління; 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 та формування управлінських рішень у сфері маркетингу; інструменти та технології інтернет-маркетингу.
Методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Орієнтація освітньої програми
 Освітня програма «Маркетинг» орієнтована на сучасні світові наукові підходи та методики в галузі маркетингу в умовах цифровізації економіки.
 Основна увага приділяється опануванню теоретичних знань і практичних навичок з маркетингу, які сприятимуть працевлаштуванню, а також передбачають можливість подальшої освіти і кар'єрного зростання. Програма включає поглиблене вивчення фахових аспектів, таких як розробка та реалізація маркетингових програм, робота з окремими елементами комплексу маркетингу, вивчення інструментів інтернет-маркетингу, екологічного маркетингу, проведення маркетингових досліджень, а також отримання базових знань у галузі менеджменту, бухгалтерського обліку, фінансів.
 Програма включає проходження практики на підприємствах, в установах та організаціях різного галузевого спрямування.

Особливості програми
 Особливістю програми є вивчення класичного маркетингу із врахуванням сучасних тенденцій розвитку ринку, що визначаються посиленням ролі інтернет-маркетингу та потребою у фахівцях з відповідними компетенціями. В основу структури програми покладено використання міждисциплінарного підходу до вивчення теорії та формування навичок практичної діяльності.

1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування
 Бакалавр маркетингу може займати первинні посади (згідно Національного класифікатора України ДК 003:2010):
 3415. Комівояжер
 Мерчендайзер
 3419. Організатор із збуту

	<p>3429. Агент рекламний Представник з реклами Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) Посади у сфері маркетингу у відповідності до професійних стандартів «Рекламист» та «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекламист; - маркетолог, фахівець з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту, помічник маркетолога, асистент маркетолога, SMM-маркетолог, контент-маркетолог, бренд-маркетолог, інтернет-маркетолог, трейд-маркетолог, фахівець з цифрового маркетингу.
Академічні права випускників	Право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Викладання освітніх компонентів в програмі побудовано за принципами студентоцентрованого навчання, з використанням елементів самонавчання, проблемно-орієнтованого навчання, навчання через практику.</p> <p>Підходи до викладання та навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - інтенсивний характер (здобувачі освіти активно залучаються до освітнього процесу через дискусії, розв'язання практичних кейсів, засідання наукового студентського гуртка, участь у кейс-чемпіонатах, хакатонах); - практична спрямованість (проходження практик, залучення до ринкових досліджень для розв'язання потреб місцевого бізнесу, дослідження кейсів національних та іноземних компаній, участь у науково-практичних конференціях); - використання інноваційних технологій (дистанційне навчання в системі Moodle, інтерактивна аудиторія, електронні підручники, мультимедійні технології для лекційних та практичних занять, інформаційні програмні продукти для аналізу та проведення досліджень, відпрацювання цифрових навичок). <p>Лекційні заняття поєднуються з практичними заняттями, робочими зустрічами з фахівцями в галузі маркетингу, керівниками підприємств, презентаціями виконаних завдань. Практикується дистанційне навчання, самонавчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, що розміщені в репозитарії бібліотеки НУ «Запорізька політехніка». Проведення консультацій викладачами.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою або за двобальною шкалою (зараховано-незараховано). Засоби оцінювання: тестування, опитування, контрольні роботи, письмові екзамени, заліки, диференційовані заліки, звіт з практики. Позитивними оцінками для всіх форм контролю є оцінки від 60 до 100 балів.</p> <p>Атестація здійснюється у формі комплексного кваліфікаційного екзамену.</p>
1.6 Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, що передбачає

	застосування відповідних теорій та методів, і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>Додатково для ОП «Маркетинг»:</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> <p>ЗК16. Здатності міжособистісної взаємодії, здатність діяти по-громадянськи свідомо та соціально відповідально, розуміти та використовувати основні культурологічні поняття у повсякденному житті, порівнювати розвиток української культури з розвитком культур інших народів світу, зокрема культур Західної Європи, орієнтуватися в основних напрямках сучасної української культури, вміти дати їм об'єктивну оцінку, здатність змістовно і послідовно аналізувати основні культурні епохи, їх історико-культурні пам'ятки, а також володіти основними елементами культурного етикету та виявляти свою всебічну обізнаність в питаннях української культури.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p>

	<p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>Додатково для ОП «Маркетинг»:</p> <p>СК15. Здатність організувати та здійснювати маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та інтернет-середовищі.</p> <p>СК16. Здатність реалізовувати маркетингову діяльність підприємства в контексті цілей сталого розвитку.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.7 Програмні результати навчання (ПРН)

<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН6. 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>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>

- ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Додатково для ОП «Маркетинг»:

- ПРН19. Демонструвати навички роботи з інструментами інтернет-маркетингу.
- ПРН20. Оволодіти культурологічним понятійно-категоріальним апаратом, розуміти сутність взаємозв'язків, виокремлювати основні закономірності формування та етапи розвитку національної та європейської культури від давнини до сучасності, розпізнавати імена видатних діячів духовної культури людства.
- ПРН21. Орієнтуватися на досягнення цілей сталого розвитку при здійсненні маркетингової діяльності.
- ПРН22. Розробляти та реалізовувати маркетингові плани тактичного рівня з урахуванням галузевих та регіональних особливостей господарювання ринкових суб'єктів.

1.8 Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують.
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерна лабораторія, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. До послуг здобувачів вищої освіти і викладачів також є читальні зали, абонемент та копіювальна техніка. В усіх аудиторіях університету є доступ відкритого Wi-Fi та до мережі Інтернет. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та	Офіційний веб-сайт https://wp.zp.edu.ua/ містить інформацію про

<p>навчально-методичне забезпечення</p>	<p>освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Інформація про навчальні плани, розклад занять, академічних груп, індивідуальні плани здобувачів освіти розміщено на освітньому порталі університету: https://portal.zp.edu.ua/, де авторизовані та неавторизовані користувачі можуть отримати всю необхідну інформацію відповідно до їх статусу.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в електронному інституційному репозитарії наукової бібліотеки НУ «Запорізька політехніка»: https://eir.zp.edu.ua/home.</p> <p>Читальні зали бібліотеки забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі інформаційні електронні ресурси наукової бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.zp.edu.ua/</p> <p>Вільний доступ через сайт НУ «Запорізька політехніка» до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.</p> <p>Навчально-методичні матеріали по дисциплінах наявні у системі дистанційного навчання Moodle: https://moodle.zp.edu.ua/</p>
<p>1.9 Академічна мобільність</p>	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>Всі здобувачі освіти мають право на реалізацію національної кредитної мобільності у відповідності до Постанови КМУ №579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12.08.2015 р. та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу НУ «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademic_hnu_mobilnist.pdf).</p> <p>Національна академічна мобільність здійснюється на підставі укладених договорів між НУ «Запорізька політехніка» та закладами вищої освіти України: Київський національний університет будівництва і архітектури (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/knuba.edu.ua/Dohovir_pro_orh_proh_vnutr_akadem_mob_zdob_vo.pdf), Національний університет «Львівська політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/lpnu.ua/Dohovir_pro_spivpratsiu.pdf), Національний університет «Одеська політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/op.edu.ua/Uhoda_pro_partnerstvo_i_spivpratsiu.pdf), ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/pstu.edu/Dohovir_pro_spivpratsiu.pdf).</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>Міжнародна кредитна мобільність регламентується Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного Університету «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N210_vid_28.06.22.pdf), а також на основі договорів про співпрацю між НУ «Запорізька політехніка» та іноземними закладами вищої освіти, міжнародними організаціями, іноземними компаніями: Wrocław University of Science and Technology (Польща), Університет Градец Кралове (Чехія), Університет Марії-Кюрі-Склодовської (Польща), Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy, Берлінський університет економіки і права (HWR Berlin), Міжнародна академія освіти та навчання у Німеччині (IAW Internationale Akademie), проєкт DILLUGIS https://zp.edu.ua/prodovzhennya-proyektu-dillugis-u-2024-roci.</p>

	Також кредитна мобільність передбачена у рамках програми ЄС Еразмус+ на підставі Learning Agreements.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться відповідно до вимог чинного законодавства на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою. Положення про відділ міжнародної діяльності та роботи з іноземними студентами Національний університет «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/pol_pro_vmd_ta_ris.pdf); Положення про організацію набору та навчання (стажування) іноземців та осіб без громадянства в Національному університеті «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/pol_pro_org_naboru_ta_navch_inozemtsiv.pdf .

2. ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ, ІХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік освітніх компонентів ОПП/ОНП

Перелік компонентів освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «бакалавр» за циклами підготовки спеціальності D5 Маркетинг (освітня програма «Маркетинг»)

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальної дисципліни, курсової роботи, практики, кваліфікаційної роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові освітні компоненти ОПП			
ОК 01.	Основи економічного життя суспільства	5	екзамен
ОК 02.	Політико-правова система України	3	залік
ОК 03.	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 04.	Математика для економістів	6	екзамен
ОК 05.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 06.	Історія маркетингу	3	залік
ОК 07.	Вступ до спеціальності	4	залік
ОК 08.	Здоров'я зберігаючі технології та співдія функціональному розвитку	3	залік
ОК 09.	Мікроекономіка	5	екзамен
ОК 10.	Регіональна та міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 11.	Інформаційно-комунікаційні технології	7	екзамен
ОК 12.	Українська культура в Європейському контексті	3	залік
ОК 13.	Маркетинг (частина 1, частина 2))	9	екзамен
ОК 14.	Основи наукознавства	4	залік
ОК 15.	Макроекономіка	5	екзамен
ОК 16.	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 17.	Основи фінансів	4	екзамен
ОК 18.	Бізнес-аналітика	6	екзамен
ОК 19.	Економіко-математичні моделі в економіці	4	екзамен
ОК 20.	Екологічний маркетинг	5	екзамен
ОК 21.	Основи менеджменту	4	екзамен

ОК 22.	Мерчандайзинг	5	екзамен
ОК 23.	Маркетингові дослідження	4,5	залік
ОК 24.	Маркетингові дослідження	1,5	КР
ОК 25.	Інтернет-маркетинг	6	екзамен
ОК 26.	Штучний інтелект в маркетингу	3	залік
ОК 27.	Логістика	5	екзамен
ОК 28.	Інфраструктура товарного ринку	4,5	екзамен
ОК 29.	Маркетинг соціальних мереж	4	залік
ОК 30.	Виробнича (загальноекономічна) практика	4,5	диф. залік
ОК 31.	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 32.	Товарна та цінова політика в маркетингу	3	КР
ОК 33.	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
ОК 34.	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК 35.	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК 36.	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОК 37.	Маркетинг послуг	4,5	залік
ОК 38.	Функціональний курс іноземної мови	3	залік
ОК 39.	Виробнича (фахова) практика	4,5	диф.залік
ОК 40.	Кваліфікаційний екзамен	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів		177	
Вибіркові освітні компоненти ОПП (за вибором здобувача вищої освіти)			
	Дисципліни з кафедрального та факультетського (галузевого) переліку для освітніх програм першого рівня вищої освіти	42	залік
	Дисципліни із загальноуніверситетського переліку для освітніх програм освітніх програм першого рівня вищої освіти	21	залік
Загальний обсяг вибіркового освітніх компонентів		63	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю D5 Маркетинг (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Всі дисципліни розташовані у логічній послідовності для формування загальних і фахових компетентностей у здобувачів вищої освіти та отримання відповідних програмних результатів навчання.

3 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» освітньої програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг здійснюється у формі атестаційного екзамену – комплексного кваліфікаційного екзамену з фаху (за обов'язковими дисциплінами, визначеними даною освітньою програмою).

Комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху проводиться наприкінці 8-го семестру у письмовій формі шляхом тестової перевірки знань та розв'язання задач аналітичного характеру. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених цією освітньою програмою .

Атестацію та присвоєння кваліфікації бакалавр маркетингу здійснює Екзаменаційна комісія, склад якої визначається наказом ректора.

НУ «Запорізька політехніка» на підставі рішення екзаменаційної комісії присуджує особі, яка продемонструвала відповідність результатів навчання вимогам освітньої програми «Маркетинг», освітній ступінь бакалавра та видає диплом бакалавра.

5 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК36	ОК37	ОК38	ОК39					
ПРН1						+	+						+						+											+		+								+				
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		+						+				+						+		+																								
ПРН16						+	+			+	+		+	+									+	+	+				+															
ПРН17			+		+																									+		+										+		
ПРН18		+			+		+					+																																
ПРН 19											+									+						+																	+	
ПРН20												+																																
ПРН21	+						+	+					+		+					+	+										+	+		+	+	+	+							
ПРН22										+						+															+		+	+	+	+	+		+				+	

7 ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №1556-VII. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України №1343 від 05 грудня 2018 р.

3. [Класифікатор професій ДК 003:2010](#). Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 18 серпня 2020 року №1574.

4. Національна рамка кваліфікацій. Режим доступу: <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 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

6. Професійний стандарт «Рекламист», затверджений наказом Міністерства Економіки №81-22 від 11.01.2022 р. Режим доступу: https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2024/07/380-nakaz_81.pdf.

7. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», затверджений рішенням конференції ГО «Українська Асоціація маркетинг» №1 від 09.01.2025 р. Режим доступу: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennja_rinku_zbutu_marketolog.pdf.

8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (у редакції наказу №584 від 30.04.2020) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0600729-16#Text>.

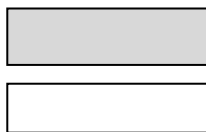
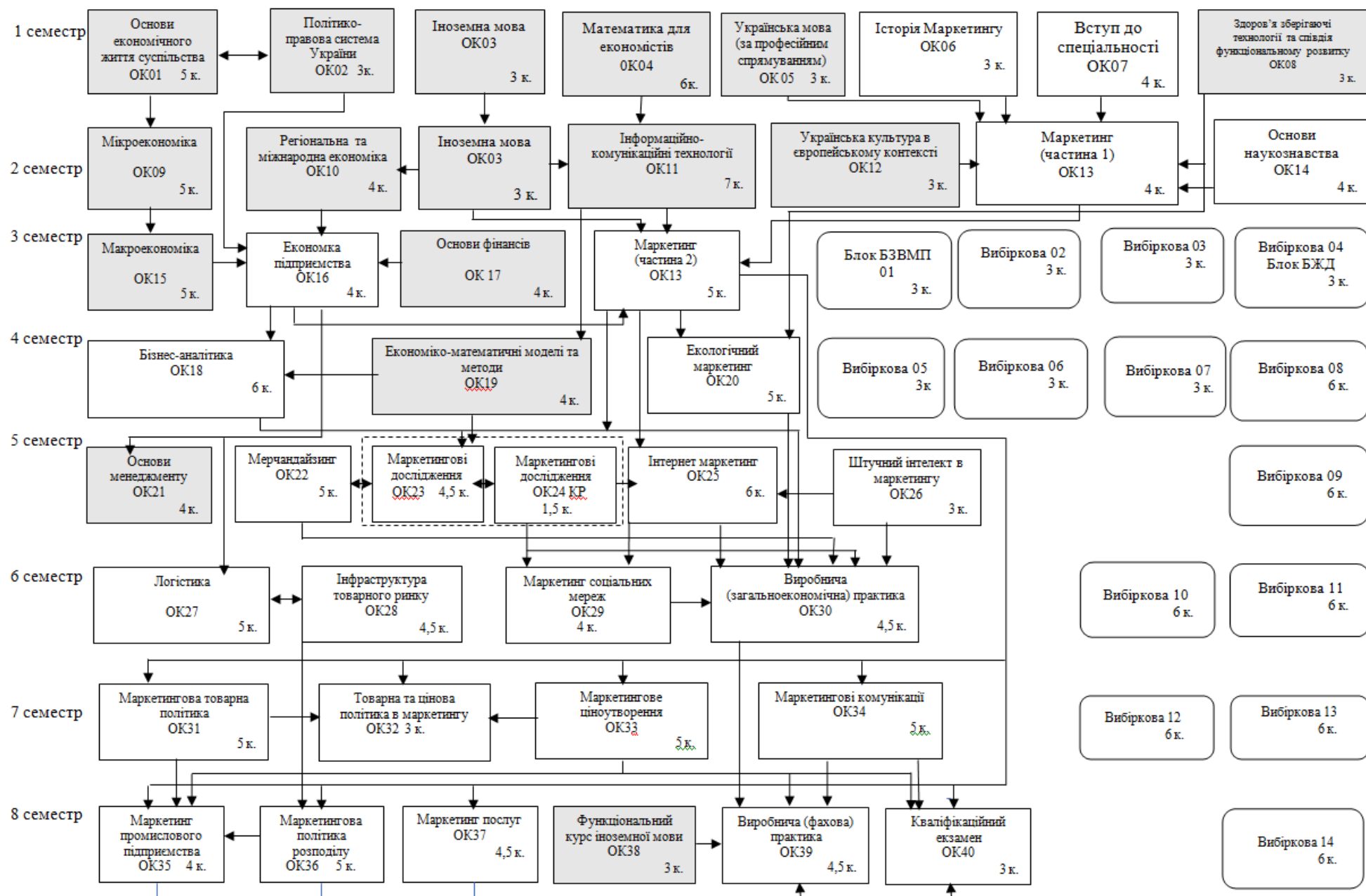
9. Стратегія розвитку Національного університету «Запорізька політехніка» на період 2023 - 2027 років., введена в дію наказом ректора №438 від 20.12. 2022 р. Режим доступу: https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N438_vid_20.12.2022.pdf.

10. Порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка», введеного в дію наказом ректора №210 від 28.06.2022 р. Режим доступу: https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf.

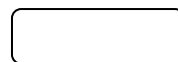
11. Цілі сталого розвитку. *ООН Україна* : веб-сайт. – Режим доступу: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>.

ДОДАТОК А

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА



- Освітні компоненти кафедр загальної підготовки
 - Освітні компоненти кафедри «Маркетинг та логістика»



- Вибіркові освітні компоненти

к. - кредити