

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ХНАДУ

Протокол № 67/24 від «04» липня 2024 р.



Голова вченої ради

Віктор БОГОМОЛОВ

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2024 р.

Протокол № 87 від «05» липня 2024 р.



Ректор

Віктор БОГОМОЛОВ

Харків 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

1. Розроблено проектною групою:

ПОПОВА Надія Василівна, докт. екон. наук, професор кафедри менеджменту, керівник проектної групи (гарант ОП).

КРИВОРУЧКО Оксана Миколаївна докт. екон. наук, професор, завідувачка кафедри менеджменту,

ФЕДОТОВА Ірина Володимирівна, докт. екон. наук, професор кафедри менеджменту,

ДАНИЛЕНКО Євген Сергійович, канд. екон. наук, докторант кафедри економіки і підприємництва,

МУХА Тарас Анатолійович, здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня кафедри менеджменту.

2. Схвалено Методичною радою
Протокол від «2» червня 2024 р. № 9.

3. Рецензенти:

РÓМАТ Євгеній Вікторович, доктор наук з державного управління, академік Академії економічних наук України, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова громадської професійної організації, творчої спілки – Спілки рекламистів України, головний редактор журналу «Маркетинг і реклама», «Логістика: проблеми та рішення», м. Київ.

БОНДАРЕНКО Олена Сергіївна, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу Державного торговельно-економічного університету, м. Київ.

КРИВЕНКО Леонід Федорович, директор ТДВ «АТП-16363», м. Харків.

**1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»
зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та кафедри, відповідальної за реалізацію ОП	Харківський національний автомобільно-дорожній університет, факультет управління та бізнесу, кафедра менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – бакалавр Освітня кваліфікація – бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми; – на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «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; – на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. 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. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг.

	Термін навчання на базі повної загальної середньої освіти – 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Набір на спеціальність освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання. 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. Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра абітурієнти повинні мати повну загальну середню освіту та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі загальнооекономічних та фахових наук.
Мова(и) викладання	Українська мова
Форми навчання	Денна (очна) / заочна
Терміни дії освітньої програми	До завершення повного циклу навчання: 3 роки 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.khadi.kharkov.ua/education/katalog-osvitnikh-program/075-marketing/
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасним інноваційним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності в умовах міжнародної інтеграції, невизначеності, швидких змін, цифровізації суспільства та трансформації ринку, на основі взаємодії зі стейкхолдерами та високої адаптивності, що відповідає місії та стратегії університету.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 075 «Маркетинг»
	• <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та

	відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <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. • <i>Методи, методики та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна. Програма зорієнтована на формування та розвиток у здобувачів компетентностей, необхідних для застосування у професійній діяльності маркетолога й орієнтована на їх поглиблену фахову підготовку, які надає можливість бути здатними до швидкої адаптації до сучасних умов ведення економічної діяльності та кросфункціональність.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програми націлена на всебічне вивчення маркетингу як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів, використання сучасних підходів до здійснення маркетингової діяльності з урахуванням специфіки ринку транспортно-логістичних послуг, невизначеності зовнішнього середовища, швидких змін та цифровізації суспільства, а також розвиток полікультурних компетентностей. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність, міжнародний маркетинг, транспортно-логістична система, кросфункціональність, полікультурність, цифровізація.
Особливості програми	Особливість ОПП полягає в тому, що вона: 1) орієнтована на підготовку фахівців, які володіють знаннями в сфері маркетингової діяльності підприємств, організацій та кросфункціональність; 2) побудована на теоретико-методологічних та навчально-методичних розробках кафедри, досвіді тісної співпраці з

	підприємствами, організаціями транспортно-логістичної системи, що надає програмі практичну спрямованість; 3) сфокусована на транспортно-логістичну систему та враховує цифровізацію суспільства і особливості сучасного світу, пов'язані з невизначеністю та мінливістю зовнішнього середовища; 4) націлена на формування полікультурної компетентності, поглиблене вивчення іноземної мови.
4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 (чинний, зі змінами, внесеними 23.06.2023), випускники можуть займати посади за професійними назвами робіт класифікаційного розділу «Фахівці», які пов'язані з виконанням професійних завдань, застосуванням положень та використанням методів маркетингу, а саме: 3415 технічні та торговельні представники (агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний); 3416 закупники; 3419 організатор зі збуту; 3429 агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами)).
Подальше навчання	Бакалавр маркетингу може продовжувати освіту за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, а також підвищувати кваліфікацію та отримувати додаткову післядипломну освіту.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного підходів з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання, тренінгів, досліджень, проєктних методів, розв'язання ситуаційних завдань, використання кейс-методів та ділових ігор тощо); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого підходу, розвитку комунікативних та лідерських якостей, вміння працювати в команді.
Оцінювання	Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Стандарту Університету «Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти»

	за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Поточний контроль – оцінювання опрацювання лекцій, виконання практичних завдань та самостійної роботи, тестування, презентації індивідуальних та групових завдань, письмових есе, курсових робіт/проектів, доповідей на семінарських заняттях. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація – публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра.
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. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 11. Здатність працювати в команді.

	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. ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СК 15.* Здатність визначати специфіку ринків транспортно-логістичних послуг, в тому числі міжнародних, та поведінку споживачів на них.

	СК 16.* Здатність формувати поведінку та оцінювати маркетингову діяльність підприємств/організацій на ринку транспортно-логістичних послуг. СК 17.* Здатність застосовувати сучасні методи маркетингу для підвищення конкурентоспроможності підприємств / організацій транспортно-логістичної системи.
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, 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.

ПРН 19.* Виявляти й аналізувати ключові характеристики ринку транспортно-логістичних послуг, а також особливості поведінки споживачів на ньому.

ПРН 20.* Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в сфері маркетингової діяльності підприємств транспортно-логістичної системи.

ПРН 21.* Демонструвати здатність використовувати сучасні підходи до здійснення маркетингової діяльності з урахуванням специфіки ринку транспортно-логістичних послуг, невизначеності зовнішнього середовища, швидких змін та цифровізації суспільства.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти, що затверджені Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 365 від 24.03.2021 р.).
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти, що затверджені Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 365 від 24.03.2021 р.). Мультимедійні лекційні аудиторії, комп'ютерні класи із підключенням до мережі інтернет, вільне підключення до мережі інтернет із власних пристроїв за допомогою Wi-Fi.
Інформаційно-методичне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня у сфері вищої освіти, що затверджені Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 365 від 24.03.2021 р.). Навчальний процес забезпечено підручниками, навчальними посібниками, довідковою, періодичною та іншою

	навчальною літературою у бібліотеці та електронному архіві (репозиторії) ХНАДУ (https://dspace.khadi.kharkov.ua/dspace/), а також є доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science; методичними розробками викладачів у бібліотеці; дистанційними матеріалами курсів на курс-ресурсах, які створені за допомогою платформи Moodle та розміщеними на навчальному сайті ХНАДУ (https://dl2022.khadi-kh.com/). ЗВО має офіційний сайт ХНАДУ (www.khadi.kharkov.ua), на якому розміщено основну інформацію про його діяльність (структуру, ліцензії та сертифікати про акредитацію, адміністративну, фінансову, навчальну, наукову, міжнародну діяльність, внутрішню систему забезпечення якості освіти, правила прийому, контактну інформацію).
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програмою передбачена академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Харківським національним автомобільно-дорожнім університетом та університетами України економічного спрямування. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. Кредити, отримані в інших закладах вищої освіти України, перезараховуються здобувачу вищої освіти відповідно до довідки про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність, про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проєкти, які передбачають включення навчання студентів на основі двосторонніх договорів між Харківським національним автомобільно-дорожнім університетом та іноземними навчальними закладами-партнерами. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у програмах проєкту Еразмус + та Еразмус Мундус.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

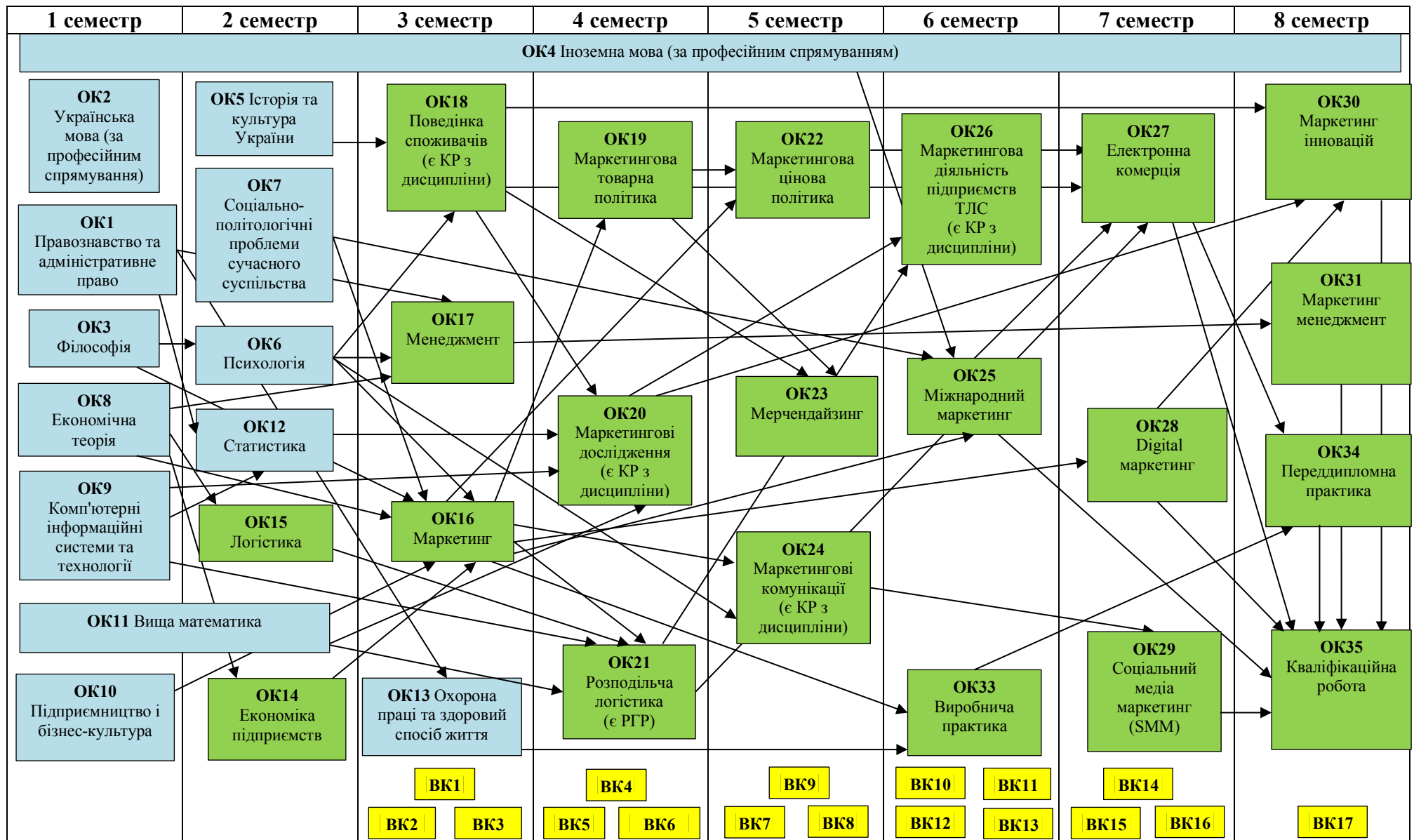
2.1. Перелік компонентів ОП

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти ОП			
OK1	Правознавство та адміністративне право	4	екзамен
OK2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
OK3	Філософія	3	екзамен
OK4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	26	1,2,4,5,7 семестр – залік 3,6,8 семестр – екзамен
OK5	Історія та культура України	3	залік
OK6	Психологія	3	залік
OK7	Соціально-політологічні проблеми сучасного суспільства	3	залік
OK8	Економічна теорія	5	екзамен
OK9	Комп'ютерні інформаційні системи і технології	4	екзамен
OK10	Підприємництво і бізнес-культура	4	залік
OK11	Вища математика	8	залік/екзамен
OK12	Статистика	4	екзамен
OK13	Охорона праці та здоровий спосіб життя	3	залік
OK14	Економіка підприємства	6	екзамен
OK15	Логістика	4	екзамен
OK16	Маркетинг	5	екзамен
OK17	Менеджмент	4	екзамен
OK18	Поведінка споживачів (є курсова робота (КР) з дисципліни)	6	екзамен
OK19	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
OK20	Маркетингові дослідження (є курсова робота) (КР) з дисципліни)	6	екзамен, захист КР
OK21	Розподільча логістика (є РГР)	6	екзамен, захист РГР
OK22	Маркетингова цінова політика	4	екзамен
OK23	Мерчендайзинг	3	екзамен
OK24	Маркетингові комунікації (є курсова робота (КР) з дисципліни)	6	екзамен, захист КР
OK25	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
OK26	Маркетингова діяльність підприємств транспортно-логістичної системи (є курсова робота (КР) з дисц.)	6	екзамен, захист КР
OK27	Електронна комерція	4	екзамен
OK28	Digital маркетинг	5	екзамен
OK29	Соціальний медіа маркетинг (SMM)	5	екзамен
OK30	Маркетинг інновацій	4	екзамен
OK31	Маркетинг менеджмент	4	екзамен

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
OK32	Фізичне виховання (факультатив)	–	–
	Практична підготовка		
OK33	Виробнича практика	4	залік
OK34	Переддипломна практика	3	залік
	Атестація		
OK35	Кваліфікаційна робота	12	Підсумкова атестація
<i>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</i>		180	
2. Вибіркові компоненти ОП			
I. Цикл загальної підготовки			
BK1	Вибірковий освітній компонент 1	3	залік
BK2	Вибірковий освітній компонент 2	3	залік
BK3	Вибірковий освітній компонент 3	3	залік
BK4	Вибірковий освітній компонент 4	3	залік
BK5	Вибірковий освітній компонент 5	3	залік
BK6	Вибірковий освітній компонент 6	3	залік
BK7	Вибірковий освітній компонент 7	3	залік
BK8	Вибірковий освітній компонент 8	3	залік
II. Цикл професійної підготовки			
BK9	Вибірковий освітній компонент 9	4	залік
BK10	Вибірковий освітній компонент 10	4	залік
BK11	Вибірковий освітній компонент 11	4	залік
BK12	Вибірковий освітній компонент 12	4	залік
BK13	Вибірковий освітній компонент 13	4	залік
BK14	Вибірковий освітній компонент 14	4	залік
BK15	Вибірковий освітній компонент 15	4	залік
BK16	Вибірковий освітній компонент 16	4	залік
BK17	Вибірковий освітній компонент 17	4	залік
<i>Загальний обсяг вибіркових компонентів:</i>		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2 Загальноуніверситетський каталог вибіркових дисциплін розміщено на офіційному сайті університету за посиланням <https://www.khadi.kharkov.ua/education/katalog-vibirkovikh-disciplin/bakalavr/>

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів за спеціальністю 075 «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.

Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозиторії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня вищої освіти «бакалавр» із присвоєнням освітньої кваліфікації «бакалавр маркетингу» за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОП

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	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
ЗК 1	+		+		+	+	+																												
ЗК 2	+		+		+	+	+			+			+																			+			
ЗК 3								+		+					+	+		+		+	+					+		+			+				+
ЗК 4			+			+	+	+	+	+	+	+		+		+										+	+	+	+	+					
ЗК 5										+							+											+			+		+		
ЗК 6												+				+	+		+	+	+	+		+			+							+	
ЗК 7					+	+	+	+		+	+	+		+	+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК 8												+		+		+		+		+															
ЗК 9								+									+			+				+				+	+						+
ЗК 10				+																															
ЗК 11						+															+			+							+		+		
ЗК 12																								+							+			+	
ЗК 13																									+										
ЗК 14			+				+			+			+				+								+		+			+					
ЗК 15	+																																		
СК 1		+		+											+	+			+			+		+			+	+	+	+	+		+		+
СК 2																+						+													+
СК 3												+								+											+				+
СК 4															+	+				+	+	+	+	+		+		+			+				+
СК 5												+							+					+				+	+	+	+			+	+
СК 6												+						+		+			+											+	+
СК 7														+			+		+																+
СК 8																	+															+			+
СК 9																								+							+				
СК 10									+																	+		+	+	+					+
СК 11									+									+		+								+	+				+	+	
СК 12		+		+					+									+		+															+
СК 13	+																+		+						+	+					+				
СК 14	+																+						+								+				+
СК 15*																		+							+	+									+
СК 16*																					+					+									+
СК 17*																										+	+	+							+

6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	
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*																					+					+										+
ПРН 21*																										+	+	+								+

7. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	ЗК 15	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15*	СК 16*	СК 17*
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*																																+
ПРН 21*																																+