

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
(ПРОЄКТ)**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ

СТУПІНЬ:

фаховий молодший бакалавр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

D Бізнес, адміністрування та право

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 Маркетинг

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
ВНЗ «УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ
ТА ПРАВА «КРОК»
протокол № від травня 2025 р.**

Київ – 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою (науково-методичною комісією спеціальності D5 «Маркетинг») у складі:

МАЛА І.Б. – спеціаліст вищої категорії, викладач.

ДЬЯЧУК І.В. – спеціаліст вищої категорії, викладач, кандидат економічних наук, доцент

ПЕТРОВА І.Л. - спеціаліст вищої категорії, викладач, доктор економічних наук, професор;

БЕРЕЗЮК В.О. –викладач, кандидат економічних наук.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1	Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» Фаховий коледж
1.2	Освітньо-професійний рівень	фаховий молодший бакалавр
1.3	Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
1.4	Спеціальність	D5 Маркетинг
1.5	Форми здобуття освіти	денна
1.6	Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з з маркетингу
1.7	Професійна кваліфікація	не надається
1.8	Кваліфікація в дипломі	Освітньо-професійний ступінь – Фаховий молодший бакалавр Спеціальність – Маркетинг Спеціалізація – немає Освітньо-професійна програма - Маркетинг
1.9	Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
1.10	Обсяг освітньо-професійної програми	120 кредитів ЄКТС
1.12	Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію серія ПО №001729 відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 10 липня 2018 р. протокол №131 (наказ МОН України від 11.07.2018 р. № 752), наказу ДСЯО України від 01.04.2022 №01-10/34, дата видачі 01.04.2022 Термін дії сертифікату до 1 липня 2028 р.
1.13	Передумови	Наявність базової або повної загальної середньої освіти
1.14	Мови викладання	Українська (державна)
1.15	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.krok.edu.ua

Розділ 2. Мета освітньо-професійної програми		
2.1	підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно аналізувати, планувати та реалізовувати маркетингові стратегії в умовах сучасного бізнес-середовища. Програма орієнтована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок у сфері маркетингових досліджень, управління брендами, просування товарів і послуг, а також вмінь використовувати сучасні цифрові інструменти та технології для досягнення бізнес-цілей; підготовка фахівців, здатних, розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності; підготовка до подальшого навчання за обраною освітньою програмою	
Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми		
3.1	Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Об'єкт вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: 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. Методи, методики 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.
3.2	Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
3.3	Основний фокус освітньої програми	Загальна освіта та підготовка зі спеціальності D5 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг; споживча поведінка; цифровий маркетинг; брендинг; маркетингові дослідження; стратегічне планування; комунікації; соціальні медіа; етика в маркетингу; просування товарів: реклама: маркетинг послуг; соціальний маркетинг; маркетингова інформація.
3.4	Особливості освітньої програми	Освітня програма спеціальності D5 «Маркетинг» спрямована на формування у здобувачів комплексного підходу до розуміння та реалізації маркетингових стратегій у динамічному бізнес-середовищі; програма забезпечує здобувачів знаннями та навичками, необхідними для успішної кар'єри в маркетинговій сфері. Завдяки інтеграції теоретичних знань і практичних навичок, випускники зможуть ефективно реагувати на виклики сучасного бізнес-середовища та реалізовувати успішні маркетингові стратегії.
Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		

4.1	Придатність до працевлаштування	Випускники можуть виконувати професійні обов'язки маркетолога у різних сферах бізнесу, включаючи управління маркетингом, рекламою, брендингом та PR, що сприятиме їхньому успішному працевлаштуванню та кар'єрному зростанню. і займати посади фахівця виконавського рівня на підприємствах, організаціях та установах будь якої організаційно-правової форми. Право обіймати посади згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) з професійними назвами робіт.
4.2	Академічні права випускників	Здобуття освіти за: початковим рівнем (короткий цикл) вищої освіти; першим (бакалаврський) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1	Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання з впровадженням активних методів навчання, що забезпечують особистісно-орієнтований підхід і розвиток креативного та аналітичного мислення у здобувачів; навчання через проходження виробничої практики. Синергетичне поєднання освітньої складової з практичною роботою під час підготовки здобувачів. Проблемно-орієнтований стиль викладання, що реалізується через заняття з кейсами, предметними дискусіями, а також залученням до гостьових лекцій фахівців-практиків у сфері маркетингу та PR. Викладання проводиться у формі традиційних і мультимедійних лекцій; практичні заняття передбачають застосування інтерактивних технологій і різних форм групової роботи. Використання матеріально-технічної бази Фахового коледжу та циклової комісії з маркетингу на базі якої реалізовується освітньо-професійна програма. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється за допомогою дистанційних технологій через освітній контент <i>Moodle</i> та сервіс онлайн-конференцій й відеозв'язку <i>Microsoft Teams</i>.
5.2	Система оцінювання	Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання здобувачів за усіма видами аудиторної та поза аудиторної освітньої діяльності.
5.3	Оцінювання	Оцінювання здобувачів дозволяє продемонструвати ступінь досягнення запланованих результатів навчання, є послідовним, прозорим і проводиться відповідно до встановлених процедур.

		Застосовується 100-бальна шкала оцінювання та національна система (відмінно, добре, задовільно, незадовільно). Форми контролю: - поточний (на заняттях); - підсумковий (заліки, екзамени, захист звітів з практики та курсової роботи); Методи оцінювання: усно; письмово; з використанням кейсових та/або тестових завдань; за рахунок комбінації будь-яких із зазначених методів.
Розділ 6. Програмні компетентності		
6.1	Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.
6.2	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 застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 8. Здатність працювати в команді.
6.3	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.

		СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу
Розділ 7. Програмні результати навчання		
7.1	Програмні результати (ПР)	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.
Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
8.1	Кадрове забезпечення	До викладання залучаються штатні працівники Фахового коледжу, провідні викладачі академічних наукових установ, викладачі-практики, які відповідають кваліфікаційним вимогам відповідно до спеціальності.

		Для додаткового консультування здобувачів за необхідності (відповідно до їх потреб) може бути залучений будь-який науково-педагогічний працівник Університету чи зовнішній стейкхолдер. Кадрове забезпечення освітньої програми відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності.
8.2	Матеріально-технічне забезпечення	Виконання програм освітніх компонентів у повному обсязі забезпечується матеріально-технічним оснащенням загальних і спеціальних приміщень, що створюють умови для набуття здобувачами компетентностей зі спеціальності D5 Маркетинг. До переліку об'єктів матеріально-технічного забезпечення освітнього процесу належать: - навчальні аудиторії з мультимедійним обладнанням; - комп'ютерні класи з проєктувальною пристроями; - бібліотека, у тому числі читальна зала; - пункт харчування (їдальня); - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - спортивні зали; - гуртожитки; - медичний пункт.
8.3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	- офіційний сайт ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» https://www.krok.edu.ua містить інформацію про освітньо-наукові програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти, нормативно-правове забезпечення освітньої діяльності; - сервіси е-КРОК та електронне навчання в Moodle: https://dist.krok.edu.ua/?redirect=0 - електронна бібліотека https://library.krok.edu.ua/ua та Репозитарій https://dspace.krok.edu.ua/home; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальний зал; - робочі програми (силабуси) навчальних дисциплін; - безкоштовний доступ до репозитарію, цифрових літературних архівів, електронного фонду Національної бібліотеки України ім. В.І.Вернадського; - графіки освітнього процесу; - хмарні сервіси Microsoft; - навчальні плани; - матеріали для самостійної та індивідуальної роботи; - внутрішні положення щодо організації навчання на першому (бакалаврському) рівні.
Розділ 9. Академічна мобільність		
9.1	Національна кредитна мобільність	За програмами академічної мобільності в рамках програм та/або договорів між ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» та закладами вищої освіти України, забезпечення мобільності за індивідуальною ініціативою здобувачів вищої освіти.
9.2	Міжнародна кредитна мобільність	Реалізація відбувається на основі двосторонніх договорів між ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» та навчальними закладами країн-партнерів.

		- Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у грантових програмах
9.3	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно з визначеними правилами МОН України та правилами прийому на навчання до ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК».

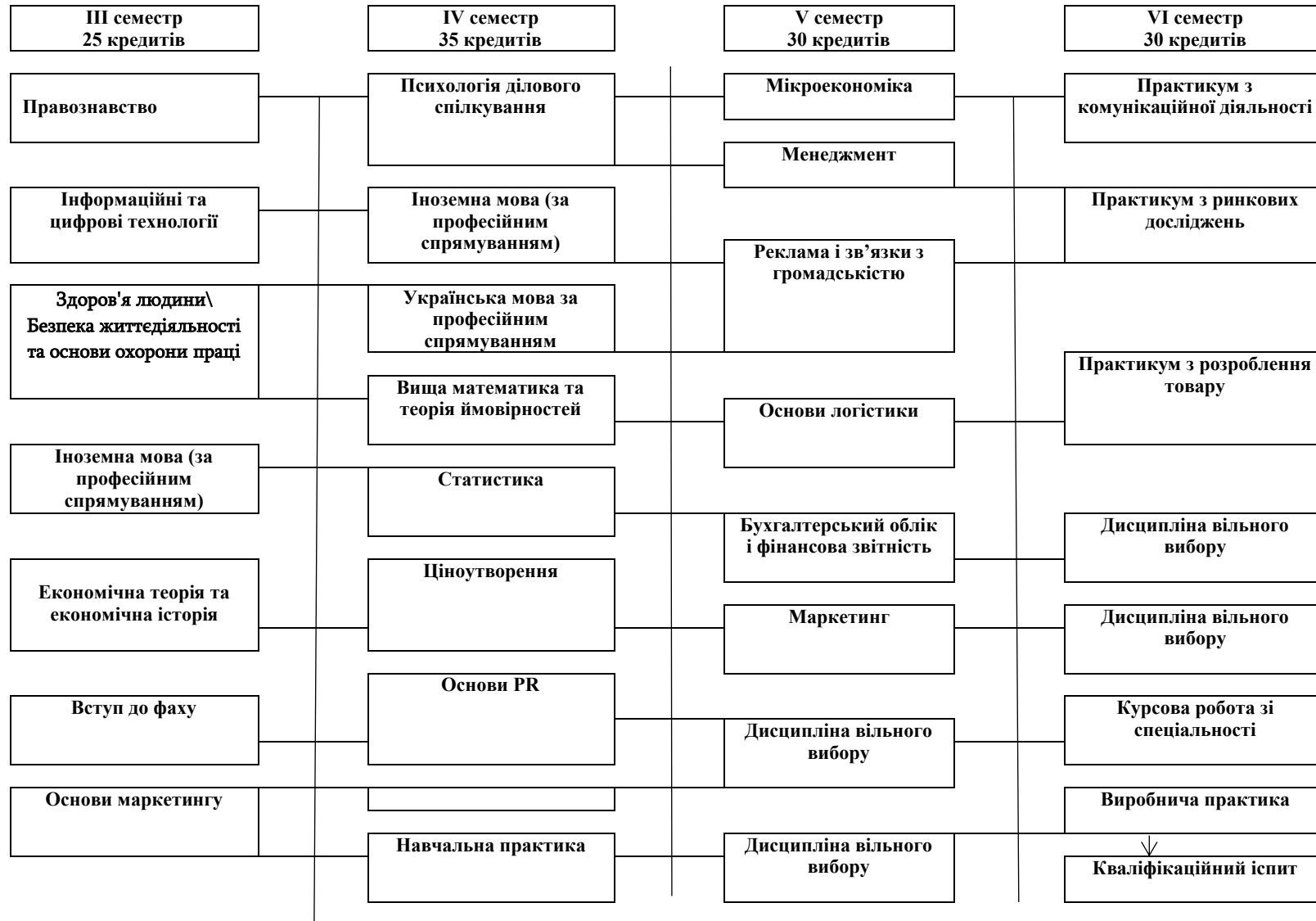
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Освітні компоненти, що формують загальні компетентності			
3 семестр			
OK1	Правознавство	3	залік
OK2	Інформаційні та цифрові технології	3	залік
OK 3	Здоров'я людини\ Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	залік
OK4	Економічна теорія та економічна історія	4	екзамен
OK 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
4 семестр			
OK 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
OK 6	Українська мова за професійним спрямуванням	3	залік
OK7	Вища математика та теорія ймовірностей	4	залік
OK8	Статистика	3	залік
OK 9	Психологія ділового спілкування	3	залік
Загальний обсяг освітніх компонент, що формують загальні компетентності		32 кредити	
Освітні компоненти, що формують спеціальні компетентності			
3 семестр			
OK10	Вступ до фаху	3	екзамен
OK11	Основи маркетингу	6	екзамен
4 семестр			
OK12	Ціноутворення	5	екзамен
OK 13	Основи PR	5	екзамен
5 семестр			
OK14	Реклама і зв'язки з громадськістю	4	залік
OK15	Мікроекономіка	4	екзамен
OK16	Менеджмент	4	екзамен
OK17	Бухгалтерський облік і фінансова звітність	4	залік
OK18	Основи логістики	4	залік
OK 19	Маркетинг	4	екзамен
6 семестр			
OK20	Курсова робота зі спеціальності	3	залік
Загальний обсяг освітніх компонент, що формують спеціальні компетентності		46 кредитів	
Практична підготовка			
4 семестр			
OK21	Навчальна практика	9	залік
6 семестр			
OK22	Практикум з комунікаційної діяльності	4	залік

OK23	Практикум з ринкових досліджень	4	екзамен
OK24	Практикум з розроблення товару	4	екзамен
OK25	Виробнича практика	8	залік
Загальний обсяг освітніх компонент практичної підготовки		29 кредитів	
Атестація здобувачів фахової передвищої освіти			
OK26	Кваліфікаційний іспит	1	
Загальний обсяг освітніх компонент, що відведені на атестацію здобувачів		1 кредит	
Загальний обсяг обов'язкових компонент освітньо-професійної програми		108 кредитів	
Освітні компоненти за вибором здобувача освіти			
5 семестр			
BK1	Дисципліна вільного вибору	3	залік
BK2	Дисципліна вільного вибору	3	залік
6 семестр			
BK3	Дисципліна вільного вибору	3	залік
BK4	Дисципліна вільного вибору	3	залік
Загальний обсяг освітніх компонент за вибором здобувача освіти		12 кредитів	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		120 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти

Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти	Атестація здобувачів здійснюється у формі кваліфікаційного іспиту у письмовій формі з усною співбесідою. Проведення іспиту здійснюється відкрито і публічно.
Вимоги до кваліфікаційного іспиту	Кваліфікаційний іспит передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та освітньо-професійною програмою. Завданням атестації здобувачів є встановлення відповідності рівня якості отриманої освіти вимогам стандартів фахової передвищої освіти після закінчення навчання. Терміни проведення атестації визначаються навчальним планом. Кваліфікаційний іспит проводиться з дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальним планом підготовки фахівців спеціальності D5 «Маркетинг». Завдання до іспиту носять комплексний характер. Оцінювання відповідей здобувачів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно) та 100-бальною шкалою. Після закінчення кваліфікаційного іспиту приймається рішення про видачу здобувачам (або відмову у видачі) дипломів встановленого зразка про здобуття ними освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра та освітньої кваліфікації фахового молодшого бакалавра з маркетингу

4. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Шифр	Освітні компоненти	Компетентності загальні (ЗК)								Компетентності спеціальні (фахові) (СК)									
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
OK1	Правознавство	+		+															
OK2	Інформаційні та цифрові технології			+		+					+							+	
OK3	Здоров'я людини (в т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)		+						+										
OK4	Економічна теорія та економічна історія		+		+						+								
OK5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)			+				+											
OK6	Українська мова (за професійним спрямуванням)		+	+		+													
OK7	Вища математика та теорія ймовірностей					+								+					
OK8	Статистика			+		+						+		+					
OK9	Психологія ділового спілкування			+					+						+				
OK10	Вступ до фаху								+	+							+		
OK11	Основи маркетингу									+			+			+			
OK12	Ціноутворення			+							+					+	+		
OK13	Основи PR					+				+									
OK14	Реклама і зв'язки з громадськістю			+										+				+	
OK15	Мікроекономіка													+					
OK16	Менеджмент			+					+			+						+	
OK17	Бухгалтерський облік і фінансова звітність			+							+			+					
OK18	Основи логістики			+								+		+					
OK19	Маркетинг									+			+				+		+
OK20	Курсова робота зі спеціальності												+			+		+	+
OK21	Навчальна практика			+												+			+
OK22	Практикум з комунікаційної діяльності			+		+							+			+	+	+	
OK23	Практикум з ринкових досліджень			+	+										+		+		
OK24	Практикум з розроблення товару			+						+							+		
OK25	Виробнича практика			+		+								+		+			+
OK26	Кваліфікаційний іспит									+			+				+		+

5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Шифр	Освітні компоненти	ІК	Програмні результати навчання (РН)														
			РН1	РН2	РН3	РН4	РН5	РН6	РН7	РН8	РН9	РН10	РН11	РН12	РН13	РН14	РН15
OK1	Правознавство	+															+
OK2	Інформаційні та цифрові технології	+								+	+						
OK3	Здоров'я людини (в т.ч. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці)	+					+										
OK4	Економічна теорія та економічна історія	+					+										+
OK5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+		+													
OK6	Українська мова (за професійним спрямуванням)	+		+													
OK7	Вища математика та теорія ймовірностей	+				+	+										
OK8	Статистика	+					+										
OK9	Психологія ділового спілкування	+															+
OK10	Вступ до фаху	+												+			
OK11	Основи маркетингу	+	+											+			+
OK12	Ціноутворення	+						+					+				
OK13	Основи PR	+	+							+						+	
OK14	Реклама і зв'язки з громадськістю	+		+										+			
OK15	Мікроекономіка	+				+						+					
OK16	Менеджмент	+							+				+				
OK17	Бухгалтерський облік і фінансова звітність	+					+		+								
OK 18	Основи логістики	+				+						+					
OK19	Маркетинг	+			+					+				+			
OK20	Курсова робота зі спеціальності	+							+								
OK21	Навчальна практика	+				+											+
OK22	Практикум з комунікаційної діяльності	+				+			+								
OK23	Практикум з ринкових досліджень	+			+		+					+					
OK24	Практикум з розроблення товару	+				+							+				
OK25	Виробнича практика	+				+										+	
OK26	Кваліфікаційний іспит	+				+				+							