ФЕДЕРАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ СПІЛОК УКРАЇНИ

АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖЕНО (ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО)
Вченою радою АПСВТ
Голова Вченої ради
_____ Сухомлин В.Б.
Протокол № 11 від « 19 » листопада 2026 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

найменування

Рівень вищої освіти	*перший (бакалаврський) рівень*
Ступінь вищої освіти	*бакалавр*
Галузь знань	*D Бізнес, адміністрування та право*
Спеціальність	*D5 Маркетинг*
Освітня кваліфікація	*бакалавр маркетингу*

КИЇВ – 2026

Лист-погодження освітньої програми

Проректор з навчально-педагогічної роботи І.С. Чорнодід

«13» липня 2026 р.

Декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму С.В. Шолудченко

«13» липня 2026 р.

Завідувач кафедри маркетингу Н.В. Писаренко

«13» липня 2026 р.

Гарант освітньої програми О.А. Корчинська

«13» липня 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»): перший (бакалаврський) рівень, галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг розроблена відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту»; Національної рамки кваліфікації, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. №1341 (зі змінами); Національних класифікаторів ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» та ДК 003:2010 «Класифікатор професій»; Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343; Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», затвердженого рішенням конференції ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення № 1, протокол № 1) та внесеного до Реєстру кваліфікацій 21.01.2025 р.; Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 р. № 1021) (зі змінами); постанови Кабінету Міністрів України від 21 лютого 2025 р. № 188 «Про внесення зміни до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти»; Постанови Кабінету Міністрів України від 30.l2.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» (зі змінами); Положення про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин і туризму (п’ята редакція), затвердженого рішенням Вченої ради АПСВТ (протокол № 7 від 7 квітня 2026 р.); аналізу ринку праці (з урахуванням регіонального контексту), пропозицій стейкхолдерів і здобувачів, а також вивчення вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Розглянуто та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу АПСВТ (протокол № 12 від 13 липня 2026 р.).

Розглянуто та рекомендовано на засіданні Вченої ради факультету економіки, соціальних технологій та туризму АПСВТ (протокол № 10 від 13 липня 2026 р.).

Розроблено проектною (робочою) групою у складі:

КОРЧИНСЬКА Олена Антонівна *гарант освітньої програми*	доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ
ПИСАРЕНКО Надія Василівна	кандидат економічних наук, доцент, доцент, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ
Середа Наталія Миколаївна	кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ
КАМЕНЧУК Артем Петрович	здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг АПСВТ
ЯРМОЛЕНКО Інна Олександрівна	Директор ТОВ «Росинка»

Рецензії / відгуки

1. Бондаренко Валерій Михайлович – доктор економічних наук, професор, декан факультету аграрного менеджменту, Національного університету біоресурсів і природокористування України;
2. Лилик Ірина Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, президентка ГО «Українська Асоціація Маркетингу»;
3. Бугай Олег Анатолійович – директор ПП «Леон плюс»; директор Маркетингової Студії «ЛЕОН»

І. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

1. Загальна інформація

Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Академія праці, соціальних відносин і туризму, кафедра маркетингу
Спеціальність	D5 Маркетинг
Назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Тип диплому та обсяг програми	Диплом бакалавра одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми НАЗЯВО № 511 від 23.07.2020 р. Строк дії – до 23.07.2025 р.
Рівень програми	Перший (бакалаврський) рівень (НРК України – 6 рівень; FQ-EHEA - перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень)
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти, освітнього ступеня молодшого бакалавра, освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста. Умови вступу визначаються відповідно до чинного Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти та Правил прийому до АПСВТ.
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	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 чинним законодавством. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених чинним профільним Стандартом вищої освіти.
Мова(и) навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ, відповідальний за ОП	Кафедра маркетингу АПСВТ https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#curriculum
Професійна кваліфікація	Не надається

2. Мета освітньої програми

Метою ОПП є підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми маркетингової діяльності на основі дослідження ринків і поведінки споживачів, критичного аналізу даних та застосування сучасних маркетингових і цифрових інструментів. *Програма спрямована* на формування здатності обґрунтовувати й реалізовувати маркетингові рішення, створювати цінність для споживачів, бізнесу та суспільства, діяти етично й соціально

відповідально в умовах невизначеності та цифрової трансформації, сприяючи сталому розвитку.

3. Характеристика освітньої програми

Предметна область	*Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання:* підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної 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, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. *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.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма поєднує фундаментальну економічну та фахову маркетингову підготовку з практичним застосуванням методів дослідження ринків, обґрунтування та реалізації маркетингових рішень.
Фокус освітньої програми	Підготовка бакалаврів з маркетингу з акцентом на поєднанні ринкової аналітики, цифрових технологій та соціально відповідального підходу до розроблення й реалізації маркетингових рішень. *Програма зосереджена* на розумінні потреб і поведінки споживачів, створенні споживчої цінності та розвитку довгострокових ринкових відносин з урахуванням економічних, соціальних та екологічних

наслідків маркетингової діяльності.

Особливості освітньої програми	*Особливістю ОПП* є поєднання аналітичної та цифрової маркетингової підготовки із соціально-трудовим контекстом діяльності суб'єктів ринку, що відображає профіль АПСВТ. Аналітична складова передбачає послідовне опанування статистичних інструментів, методів маркетингових досліджень, моделювання та прогнозування для обґрунтування маркетингових рішень. Цифрова складова охоплює застосування інформаційних систем і технологій у маркетингу та інструментів цифрової взаємодії зі споживачами. *Соціальна спрямованість* підготовки реалізується через взаємозв'язок соціально відповідального й екологічного маркетингу, маркетингу сталого розвитку з вивченням трудових відносин, правового забезпечення трудової діяльності та ролі професійних спілок, що створює основу для врахування економічних, соціальних та екологічних наслідків маркетингових рішень.

4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Працевлаштування	Випускники можуть здійснювати професійну діяльність у маркетингових, рекламних, комунікаційних і збутових підрозділах підприємств, установ та організацій різних форм власності, маркетингових і рекламних агенціях, дослідницьких та консалтингових компаніях, громадських і професійних об'єднаннях, а також провадити підприємницьку діяльність у сфері маркетингових послуг. З урахуванням чинного професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» професійна діяльність випускників охоплює дослідження ринків і поведінки споживачів, аналіз маркетингової інформації, розроблення та реалізацію маркетингових заходів, просування товарів і послуг, розвиток брендів, маркетингові комунікації та застосування цифрових маркетингових інструментів. Типові посади та напрями спеціалізації можуть включати маркетолога, фахівця з маркетингу, помічника або асистента

маркетолога, SMM-маркетолога, контент-маркетолога, бренд-маркетолога, трейд-маркетолога, інтернет-маркетолога та фахівця з цифрового маркетингу.

Професійні назви робіт відповідно до Національного класифікатора України ДК 003:2010 «Класифікатор професій»: 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2419.2 Консультант з маркетингу; 2419.2 Рекламіст; 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій; 3415 Мерчендайзер; 3429 Представник з реклами; 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 3429 Агент рекламний.

Обіймання відповідних посад здійснюється з урахуванням установлених кваліфікаційних вимог. У перспективі професійного розвитку, за умови набуття необхідного досвіду та виконання відповідних кваліфікаційних вимог, випускники можуть обіймати керівні посади: директор з маркетингу (1233), начальник відділу збуту (маркетингу) (1233), начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) (1234).

Продовження освіти

Випускники мають право продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Можливе набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти, підвищення кваліфікації, а також удосконалення професійних компетентностей через неформальну та інформальну освіту, зокрема участь у професійних курсах, тренінгах, сертифікаційних програмах і самоосвіту.

5. Викладання та оцінювання

Підходи до викладання та навчання

Освітній процес ґрунтується на студентоцентрованому, компетентнісному та міждисциплінарному підходах, поєднанні теоретичної підготовки з розв'язанням практичних завдань маркетингової діяльності. Навчання спрямоване на розвиток аналітичного й критичного мислення, самостійності, творчої ініціативи, здатності працювати в команді та обґрунтовувати професійні рішення з урахуванням принципів

академічної доброчесності та соціальної відповідальності.

Викладання та навчання передбачають поєднання лекцій, практичних і семінарських занять, самостійної та індивідуальної роботи, консультацій і практичної підготовки. Застосовуються інтерактивні методи (аналіз і обговорення кейсів, проблемні дискусії, командні та індивідуальні проєкти, ділові ігри, презентації, дослідницькі завдання та ін.). Практичні завдання орієнтовані на дослідження ринків і поведінки споживачів, опрацювання маркетингових даних, розроблення маркетингових заходів та оцінювання їх результативності.

Цифрові платформи, електронні навчальні матеріали та відкриті освітні ресурси використовуються для підтримки навчання, комунікації та самостійної роботи здобувачів. Зміст і методи навчання добираються відповідно до результатів навчання та специфіки освітніх компонентів.

Оцінювання

Оцінювання спрямоване на встановлення рівня досягнення здобувачами результатів навчання та здійснюється шляхом поточного і підсумкового контролю відповідно до внутрішніх положень АПСВТ. Форми контрольних заходів, критерії оцінювання, розподіл балів та умови успішного опанування освітніх компонентів визначаються в їх навчально-методичному забезпеченні й доводяться до відома здобувачів до початку відповідного оцінювання.

Поточний контроль передбачає усне та письмове опитування, тестування, виконання аналітичних, розрахункових і ситуаційних завдань, оцінювання індивідуальних та командних проєктів, презентацій і результатів самостійної роботи. *Підсумковий контроль* здійснюється у формах заліків та екзаменів відповідно до навчального плану. Окремо оцінюються курсова робота та результати практичної підготовки, зокрема шляхом захисту курсових робіт і звітів із практик.

Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи. Оцінювання передбачає дотримання принципів прозорості, об’єктивності, академічної

доброчесності та надання зворотного зв'язку; порядок повторного проходження контрольних заходів і оскарження результатів визначається внутрішніми положеннями АПСВТ.

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	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших

	галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб’єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб’єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
СК15. Здатність обґрунтовувати та реалізовувати маркетингові рішення на засадах сталого розвитку й соціальної відповідальності, враховуючи їх економічні, соціальні та екологічні наслідки для споживачів, працівників, бізнесу та суспільства.

7. Програмні результати навчання

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
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.
ПРН19. Оцінювати економічні, соціальні та екологічні наслідки маркетингових рішень для споживачів, працівників, бізнесу та суспільства; розробляти рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності на засадах сталого розвитку й соціальної відповідальності.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Реалізацію ОПП забезпечують науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу та інших кафедр АПСВТ. Відповідність їх освітньої та/або професійної кваліфікації змісту освітніх компонентів підтверджується освітою, науковими ступенями, вченими званнями, науковими й навчально-методичними працями, професійним досвідом та результатами підвищення кваліфікації. Науково-педагогічні працівники здійснюють дослідження з актуальних проблем маркетингу, розробляють навчально-методичні матеріали та вдосконалюють професійні й педагогічні компетентності, зокрема у сфері цифрових технологій, застосування штучного інтелекту та академічної доброчесності. До окремих занять і практичних заходів можуть залучатися представники роботодавців, професійних об'єднань та фахівці-практики.
Матеріально-технічне	Матеріально-технічне забезпечення охоплює навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, комп'ютерну техніку,

забезпечення	мультимедійне обладнання, доступ до мережі Інтернет і Wi-Fi, бібліотеку та читальні зали. Наявні ресурси використовуються для проведення навчальних занять, виконання аналітичних і практичних завдань, опрацювання маркетингової інформації, підготовки презентацій та самостійної роботи здобувачів. Освітня та соціально-побутова інфраструктура АПСВТ включає навчальний корпус, гуртожиток, приміщення для самопідготовки, заняття спортом і молодіжний простір. Організація доступу до інфраструктури здійснюється з урахуванням потреб учасників освітнього процесу, зокрема осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення реалізації програми охоплює бібліотечні ресурси АПСВТ, навчальну й наукову літературу, електронні освітні ресурси, офіційний вебсайт закладу та систему електронного навчання Moodle. Персональні облікові записи в Moodle забезпечують доступ здобувачів до навчальних матеріалів, завдань, засобів контролю та комунікації з викладачами. Навчально-методичне забезпечення включає робочі програми навчальних дисциплін, силабуси, матеріали до навчальних занять і самостійної роботи, індивідуальні завдання, критерії та засоби оцінювання результатів навчання, програми практик, методичні рекомендації до виконання курсових і кваліфікаційної бакалаврської робіт. Використовуються наукові та навчально-методичні видання викладачів кафедри з маркетингу, цифрової економіки, соціальної відповідальності й сталого розвитку. Інформація про програму та її навчально-методичне забезпечення розміщується на офіційному вебсайті АПСВТ і в системі Moodle.

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Реалізується відповідно до законодавства України та внутрішніх нормативних документів АПСВТ на підставі договорів про співробітництво із закладами-партнерами України та іноземними ЗВО, а також за індивідуальною ініціативою здобувачів, підтриманою АПСВТ в установленому порядку. Передбачає опанування освітніх компонентів у закладі-партнері з

подальшим визнанням результатів навчання та зарахуванням кредитів ЄКТС відповідно до погодженої програми академічної мобільності.

Міжнародна кредитна мобільність

Реалізується відповідно до законодавства України, міжнародних договорів, договорів про співробітництво АПСВТ з іноземними закладами-партнерами та умов відповідних програм академічної мобільності. Можлива участь за індивідуальною ініціативою здобувачів, підтриманою АПСВТ в установленому порядку. Зміст, обсяг і очікувані результати навчання погоджуються до початку мобільності; визнання здобутих результатів навчання та зарахування кредитів ЄКТС здійснюються відповідно до встановленого порядку.

Навчання іноземних здобувачів освіти

Прийом і навчання іноземців та осіб без громадянства здійснюються відповідно до чинного законодавства України, Порядку прийому та Правил прийому до АПСВТ, а також міжнародних договорів України. Навчання за ОПП проводиться українською мовою за умови володіння нею на рівні, достатньому для опанування програми. За потреби мовна підготовка здійснюється в установленому порядку.

10. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи.

Вимоги до кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна бакалаврська робота передбачає 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. Робота має засвідчувати здатність здобувача самостійно опрацьовувати й аналізувати маркетингову інформацію, застосовувати відповідний методичний інструментарій, обґрунтовувати висновки та розробляти практичні рекомендації за результатами виконаного дослідження. Вимоги до змісту, структури, оформлення, порядку підготовки та захисту кваліфікаційної роботи, а також критерії її оцінювання визначаються відповідними нормативними й навчально-методичними документами

АПСВТ та доводяться до відома здобувачів.

У кваліфікаційній роботі не допускаються академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація та списування. Перевірка роботи на дотримання академічної доброчесності здійснюється відповідно до внутрішніх нормативних документів АПСВТ.

Кваліфікаційна робота оприлюднюється на офіційному вебсайті АПСВТ, її структурного підрозділу або в репозитарії АПСВТ. Оприлюднення робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється відповідно до вимог законодавства України.

11. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В АПСВТ функціонує система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, спрямована на забезпечення належних умов реалізації ОПП, досягнення програмних результатів навчання та постійне вдосконалення підготовки здобувачів. Нормативну основу функціонування системи становлять:

- Положення про організацію освітнього процесу в АПСВТ (п’ята редакція), затверджене рішенням Вченої ради АПСВТ від 07.04.2026 р., протокол №7, зокрема розділ 7 «Система забезпечення якості освітньої діяльності»;
- Положення про гаранта освітньої програми АПСВТ, затверджене рішенням Вченої ради АПСВТ від 27.02.2025 р., протокол №6;
- Положення про підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників у АПСВТ, затверджене рішенням Вченої ради АПСВТ від 06.02.2025 р., протокол №5;
- Положення про академічну доброчесність в АПСВТ, затверджене рішенням Вченої ради АПСВТ від 07.04.2026 р., протокол №7.

Система внутрішнього забезпечення якості реалізації ОПП передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1. Визначення політики, принципів і процедур забезпечення якості, розподіл повноважень та відповідальності між учасниками освітнього процесу, структурними підрозділами й колегіальними органами АПСВТ.
2. Моніторинг і періодичний перегляд ОПП, її мети, компетентностей, програмних результатів навчання, змісту та послідовності освітніх компонентів з урахуванням розвитку спеціальності й потреб ринку праці.
3. Залучення здобувачів, випускників, роботодавців та академічної спільноти до обговорення й удосконалення програми, збирання та аналіз їхніх пропозицій і результатів опитувань.
4. Оцінювання результатів навчання здобувачів, забезпечення прозорості критеріїв і процедур контролю, об’єктивності оцінювання та запобігання конфлікту інтересів.
5. Оцінювання професійної діяльності викладачів і забезпечення їхнього

професійного розвитку, підвищення кваліфікації та вдосконалення викладацької майстерності.
6. Перевірку достатності й актуальності ресурсного забезпечення програми, оновлення навчально-методичних матеріалів, матеріально-технічних та інформаційних ресурсів, зокрема для самостійної роботи здобувачів.
7. Використання й удосконалення інформаційних систем організації та управління освітнім процесом.
8. Оприлюднення актуальної інформації про ОПП, її компоненти, кваліфікацію, умови навчання та процедури оцінювання.
9. Забезпечення академічної доброчесності (проведення інформаційно-просвітницьких заходів, запобігання порушенням, перевірку академічних текстів, розгляд виявлених порушень та реагування на них у встановленому порядку).
10. Опрацювання результатів внутрішнього та зовнішнього оцінювання якості, визначення необхідних змін і підготовку пропозицій щодо вдосконалення програми.
Забезпечення якості здійснюється за участю гаранта та робочої групи ОПП, кафедри маркетингу, Центру внутрішньої системи якості освіти та акредитації АПСВТ.
Результати моніторингу та пропозиції заінтересованих сторін розглядаються в установленому порядку; прийняті рішення документуються та використовуються для оновлення і вдосконалення програми та навчально-методичного забезпечення.

ІІ. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬО ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

1. Перелік компонентів

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти			
Цикл навчальних дисциплін, які формують загальні компетентності (шифр - ОКЗ) (64 кредити)			
ОКЗ1	Історія української державності	3	екзамен
ОКЗ2	Українська мова за професійним спрямуванням	3	екзамен
ОКЗ3	Економікс	8	залік, екзамен
ОКЗ4	Академічні студії та доброчесність	3	залік

ОКЗ5	Інформаційно-комунікаційні технології	3	залік
ОКЗ6	Математика для економістів	3	екзамен
ОКЗ7	Філософія	3	залік
ОКЗ8	Основи національного спротиву	5	залік
ОКЗ9	Вступ до спеціальності	5	залік
ОКЗ10	Соціально-політичні студії	3	екзамен
ОКЗ11	Цифрова економіка	4	екзамен
ОКЗ12	Менеджмент	3	екзамен
ОКЗ13	Сталий розвиток і професійні спілки	3	залік
ОКЗ14	Правове забезпечення трудової діяльності	3	залік
ОКЗ15	Іноземна мова	12	залік, екзамен

Цикл навчальних дисциплін, які формують спеціальні (фахові) компетентності (шифр – ОКС) (111 кредитів)

ОКС1	Світовий ринок товарів і послуг	4	екзамен
ОКС2	Поведінка споживача	4	екзамен
ОКС3	Рекламна діяльність	3	екзамен
ОКС4	Інфраструктура товарного ринку	3	екзамен
ОКС5	Брендинг	4	екзамен
ОКС6	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОКС7	Статистичні інструменти маркетингу	3	екзамен
ОКС8	Маркетинг	9	залік, екзамен
ОКС9	Економіка підприємства	3	екзамен
ОКС10	Фінансові основи маркетингу	3	екзамен
ОКС11	Маркетингове ціноутворення	3	екзамен
ОКС12	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	екзамен
ОКС13	Маркетингові дослідження	3	екзамен
ОКС14	Діджитал маркетинг	6	залік, екзамен
ОКС15	Міжнародний маркетинг	6	залік, екзамен

ОКС16	Direct-маркетинг	3	залік
ОКС17	Екологічний маркетинг	3	екзамен
ОКС18	Управління якістю	3	екзамен
ОКС19	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ОКС20	Маркетингова політика розподілення	3	екзамен
ОКС21	Моделювання та прогнозування в маркетингу	3	залік
ОКС22	Логістика в маркетинговій діяльності	4	екзамен
ОКС23	Маркетинг промислового підприємства	3	екзамен
ОКС24	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОКС25	Маркетингове планування	3	екзамен
ОКС26	Маркетинг сталого розвитку	3	екзамен
ОКС27	Соціально відповідальний маркетинг	4	екзамен
ОКС28	Курсова робота з «Маркетингу»	1	захист курсової роботи
ОКС29	Курсова робота з «Маркетингових досліджень»	1	захист курсової роботи
ОКС30	Навчально-виробнича практика з фаху	3	екзамен
ОКС31	Виробнича практика з фаху	6	екзамен
Вибіркові компоненти (60 кредитів)			
Атестація (підготовка і захист кваліфікаційної бакалаврської роботи) (5 кредитів)			
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ – 240 кредитів			

2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Перший семестр (1 курс)

Обов'язкові дисципліни – ОКЗ

- ✓ Історія української державності *(ОКЗ1, 3 кр.)*
- ✓ Українська мова за професійним спрямуванням *(ОКЗ2, 3 кр.)*
- ✓ Економікс *(ОКЗ3, 4 кр.)*
- ✓ Академічні студії та доброчесність *(ОКЗ4, 3 кр.)*
- ✓ Інформаційно-комунікаційні технології *(ОКЗ5, 3 кр.)*
- ✓ Іноземна мова *(ОКЗ15, 3 кр.)*

Обов'язкові дисципліни - ОКС

- ✓ Світовий ринок товарів і послуг *(ОКС1, 4 кр.)*
- ✓ Поведінка споживача *(ОКС2, 4 кр.)*
- ✓ Рекламна діяльність *(ОКС3, 3 кр.)*

Другий семестр (1 курс)

Обов'язкові дисципліни – ОКЗ

- ✓ Економікс *(ОКЗ3, 4 кр.)*
- ✓ Математика для економістів *(ОКЗ6, 3 кр.)*
- ✓ Філософія *(ОКЗ7, 3 кр.)*
- ✓ Основи національного спротиву *(ОКЗ8, 5 кр.)*
- ✓ Вступ до спеціальності *ОКЗ9, 5 кр.)*
- ✓ Іноземна мова *(ОКЗ15, 3 кр.)*

Обов'язкові дисципліни - ОКС

- ✓ Інфраструктура товарного ринку *(ОКС4, 3 кр.)*
- ✓ Брендинг *(ОКС5, 4 кр.)*

Третій семестр (2 курс)

Обов'язкові дисципліни – ОКЗ

- ✓ Соціально-політичні студії *(ОКЗ10, 3 кр.)*
- ✓ Цифрова економіка *(ОКЗ11, 4 кр.)*
- ✓ Іноземна мова *(ОКЗ15, 3 кр.)*

Обов'язкові дисципліни - ОКС

- ✓ Маркетинг послуг *(ОКС6, 4 кр.)*
- ✓ Статистичні інструменти маркетингу *(ОКС7, 3 кр.)*
- ✓ Маркетинг *(ОКС8, 4 кр.)*

Вибіркові дисципліни (здобувачі обирають відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії)
(всього на семестр – 9 кр.)

Четвертий семестр (2 курс)

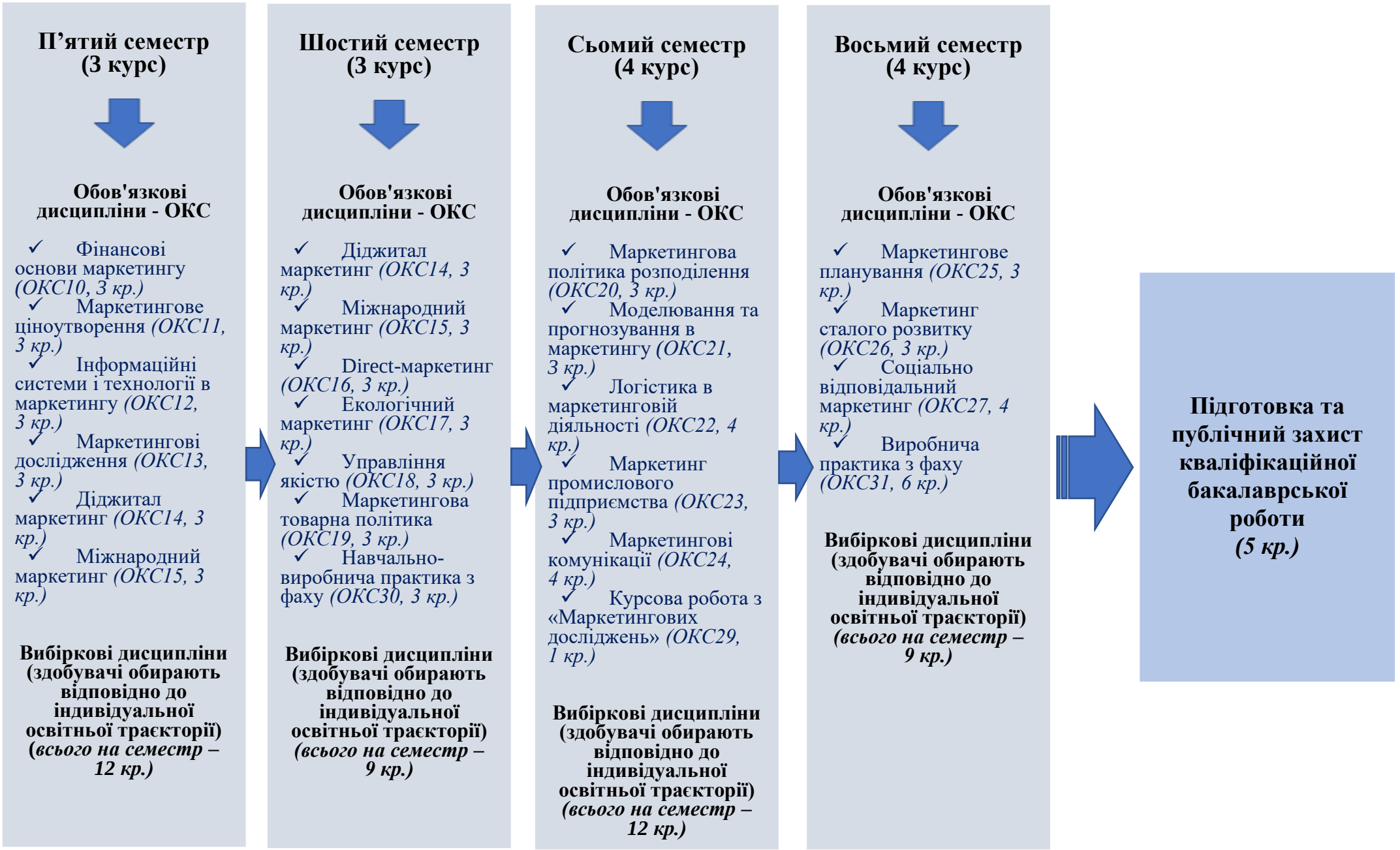
Обов'язкові дисципліни – ОКЗ

- ✓ Менеджмент *(ОКЗ12, 3 кр.)*
- ✓ Сталий розвиток і професійні спілки *(ОКЗ13, 3 кр.)*
- ✓ Правове забезпечення трудової діяльності *(ОКЗ14, 3 кр.)*
- ✓ Іноземна мова *(ОКЗ15, 3 кр.)*

Обов'язкові дисципліни - ОКС

- ✓ Маркетинг *(ОКС8, 5 кр.)*
- ✓ Економіка підприємства *(ОКС9, 3 кр.)*
- ✓ Курсова робота з «Маркетингу» *(ОКС28, 1 кр.)*

Вибіркові дисципліни (здобувачі обирають відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії)
(всього на семестр – 9 кр.)


П’ятий семестр
(3 курс)
Обов'язкові дисципліни - ОКС
✓ Фінансові основи маркетингу (ОКС10, 3 кр.)
✓ Маркетингове ціноутворення (ОКС11, 3 кр.)
✓ Інформаційні системи і технології в маркетингу (ОКС12, 3 кр.)
✓ Маркетингові дослідження (ОКС13, 3 кр.)
✓ Діджитал маркетинг (ОКС14, 3 кр.)
✓ Міжнародний маркетинг (ОКС15, 3 кр.)
Вибіркові дисципліни (здобувачі обирають відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії) (всього на семестр – 12 кр.)
Шостий семестр
(3 курс)
Обов'язкові дисципліни - ОКС
✓ Діджитал маркетинг (ОКС14, 3 кр.)
✓ Міжнародний маркетинг (ОКС15, 3 кр.)
✓ Direct-маркетинг (ОКС16, 3 кр.)
✓ Екологічний маркетинг (ОКС17, 3 кр.)
✓ Управління якістю (ОКС18, 3 кр.)
✓ Маркетингова товарна політика (ОКС19, 3 кр.)
✓ Навчально-виробнича практика з фаху (ОКС30, 3 кр.)
Вибіркові дисципліни (здобувачі обирають відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії) (всього на семестр – 9 кр.)
Сьомий семестр
(4 курс)
Обов'язкові дисципліни - ОКС
✓ Маркетингова політика розподілення (ОКС20, 3 кр.)
✓ Моделювання та прогнозування в маркетингу (ОКС21, 3 кр.)
✓ Логістика в маркетинговій діяльності (ОКС22, 4 кр.)
✓ Маркетинг промислового підприємства (ОКС23, 3 кр.)
✓ Маркетингові комунікації (ОКС24, 4 кр.)
✓ Курсова робота з «Маркетингових досліджень» (ОКС29, 1 кр.)
Вибіркові дисципліни (здобувачі обирають відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії) (всього на семестр – 12 кр.)
Восьмий семестр
(4 курс)
Обов'язкові дисципліни - ОКС
✓ Маркетингове планування (ОКС25, 3 кр.)
✓ Маркетинг сталого розвитку (ОКС26, 3 кр.)
✓ Соціально відповідальний маркетинг (ОКС27, 4 кр.)
✓ Виробнича практика з фаху (ОКС31, 6 кр.)
Вибіркові дисципліни (здобувачі обирають відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії) (всього на семестр – 9 кр.)
Підготовка та публічний захист кваліфікаційної бакалаврської роботи (5 кр.)

3-1. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15
ОК31		+	+	+											+																
ОК32								+					+																		
ОК33				+			+	+											+								+				
ОК34					+	+			+							+															
ОК35								+		+																					
ОК36				+				+																							
ОК37			+	+											+																
ОК38		+						+				+			+																
ОК39					+		+										+														
ОК310		+		+											+																
ОК311				+			+			+									+								+				
ОК312				+				+				+	+										+						+		
ОК313		+											+		+																+
ОК314		+						+							+																
ОК315					+						+																				
ОКС1				+			+							+					+								+				
ОКС2				+			+												+								+				
ОКС3							+	+												+	+									+	
ОКС4				+			+												+				+				+				
ОКС5				+				+													+			+	+					+	
ОКС6							+	+												+	+						+			+	
ОКС7				+				+	+	+											+	+									
ОКС8	+			+			+	+									+	+	+	+	+		+				+		+		

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15
ОКС9				+			+	+															+								
ОКС10				+				+															+						+		
ОКС11				+				+													+		+				+			+	
ОКС12								+		+											+					+					
ОКС13	+			+				+	+	+						+					+	+					+	+			
ОКС14								+		+											+			+	+	+				+	
ОКС15				+				+						+					+		+			+			+				
ОКС16								+		+											+									+	
ОКС17				+				+							+						+						+				+
ОКС18				+				+															+							+	
ОКС19				+				+													+			+	+					+	
ОКС20				+				+													+		+						+	+	
ОКС21				+				+	+	+									+			+		+						
ОКС22				+				+													+		+						+		
ОКС23							+	+					+							+	+			+			+		+		
ОКС24								+				+	+								+		+						+	+	
ОКС25	+			+		+		+															+	+					+	+	
ОКС26				+				+							+									+					+		+
ОКС27								+							+	+					+									+	+
ОКС28	+			+		+	+	+	+							+		+	+	+	+										
ОКС29	+			+		+		+	+	+						+					+	+					+	+			
ОКС30	+					+	+	+				+	+							+	+						+				
ОКС31	+					+	+	+	+			+	+		+	+				+	+	+	+	+					+	+	+	
Атестація	+			+	+	+	+	+	+	+						+		+	+		+	+		+					+		+	

3-2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19
ОК31															+			+	
ОК32										+							+		
ОК33		+		+	+														
ОК34												+				+		+	
ОК35							+												
ОК36				+															
ОК37												+			+			+	
ОК38														+	+				
ОК39	+											+				+			
ОК310															+			+	
ОК311		+			+		+												
ОК312						+				+			+	+					
ОК313															+			+	+
ОК314													+		+				
ОК315																+	+		
ОКС1		+			+														
ОКС2		+			+														
ОКС3			+			+				+									
ОКС4		+			+	+													
ОКС5			+		+			+											
ОКС6			+		+	+					+								
ОКС7		+		+			+												
ОКС8	+	+	+		+	+					+								

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19
ОКС9				+		+													
ОКС10				+		+			+										
ОКС11			+	+	+	+													
ОКС12				+			+												
ОКС13		+		+	+				+										
ОКС14			+			+	+	+											
ОКС15		+	+		+				+						+				
ОКС16			+		+		+												
ОКС17			+		+										+				+
ОКС18			+			+					+								
ОКС19			+		+	+		+											
ОКС20			+			+			+		+								
ОКС21		+		+			+		+										
ОКС22			+	+		+					+								
ОКС23			+		+	+					+								
ОКС24			+			+				+				+					
ОКС25			+	+		+			+				+						
ОКС26			+					+							+				+
ОКС27			+												+			+	+
ОКС28	+		+	+						+		+					+		
ОКС29		+		+	+		+			+		+					+		
ОКС30			+		+					+	+	+		+		+			
ОКС31			+	+		+			+	+	+		+	+	+	+			
Атестація		+	+	+					+	+		+				+	+		