АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

КАТАЛОГ

ВИБІРКОВИХ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність D5 «Маркетинг»

2026–2027 н. р.

ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ ОПП «МАРКЕТИНГ»

Каталог вибіркових освітніх компонентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» укладено з метою забезпечення права здобувачів на вільний вибір навчальних дисциплін, формування індивідуальної освітньої траєкторії та розвитку професійних і міждисциплінарних компетентностей.

Каталог містить перелік запропонованих вибіркових компонентів, їх мету, орієнтовний зміст та очікувані результати навчання. Здобувачі можуть обирати освітні компоненти також із каталогів інших освітніх програм Академії з урахуванням передумов їх вивчення та відповідно до внутрішніх нормативних документів.

Вибір здійснюється в межах обсягу, визначеного ОПП і навчальним планом, та відображається в індивідуальному навчальному плані здобувача.

Примітка. Наведені описи підготовлено як проєктні анотації за назвами дисциплін. Перед затвердженням каталогу їх необхідно звірити з робочими програмами, навчальним планом та чинними нормативними вимогами.

1. Охорона праці та безпека життєдіяльності

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо безпеки праці, управління професійними ризиками та дій у надзвичайних ситуаціях.

Зміст дисципліни. Нормативні засади охорони праці; оцінювання ризиків; безпека робочого місця; пожежна та цивільна безпека; перша допомога.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть ідентифікувати небезпеки, оцінювати ризики й пропонувати заходи безпеки.

2. Комп’ютерна графіка та мультимедіа в маркетинговій діяльності

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо створення графічних і мультимедійних матеріалів для маркетингових комунікацій.

Зміст дисципліни. Основи композиції та типографіки; растрова і векторна графіка; візуальна айдентика; відео та анімація; адаптація креативів до каналів.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть розробляти візуальні матеріали відповідно до брифу та вимог цифрових платформ.

3. Світова економіка і торгівля

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо аналізу процесів світової економіки й міжнародної торгівлі.

Зміст дисципліни. Міжнародний поділ праці; світові ринки; торговельна політика; міжнародні організації; глобальні ланцюги вартості.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть аналізувати зовнішньоекономічне середовище та чинники міжнародної торгівлі.

4. Імідж-маркетинг

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо формування та управління іміджем організацій, брендів і персон.

Зміст дисципліни. Корпоративна ідентичність; імідж і репутація; позиціонування; комунікаційні інструменти; репутаційні ризики.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть діагностувати імідж і розробляти рекомендації щодо його вдосконалення.

5. Товарознавство

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо оцінювання споживчих властивостей, асортименту та якості товарів.

Зміст дисципліни. Класифікація товарів; споживчі властивості; стандартизація; маркування; якість і конкурентоспроможність; товарна інформація.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть аналізувати асортимент, характеристики та якість товарів для маркетингових рішень.

6. Теоретична підготовка з базової загальновійськової підготовки

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо засвоєння передбачених програмою базових теоретичних знань із загальновійськової підготовки.

Зміст дисципліни. Загальні засади національної безпеки й оборони; військова дисципліна; базові поняття організації служби; безпека та відповідальність у межах затвердженої програми.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть пояснювати базові поняття та вимоги, визначені чинною програмою теоретичної підготовки.

7. Маркетинг емоцій

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо розуміння впливу емоцій на поведінку споживачів та комунікацію бренду.

Зміст дисципліни. Емоційні мотиви; споживчий досвід; емоційний брендинг; сторителінг; етичні межі впливу.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть аналізувати емоційні тригери та проєктувати етично обґрунтовані комунікації.

8. Міжнародний бізнес у маркетинговій діяльності

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо розуміння міжнародних бізнес-процесів у контексті маркетингової діяльності.

Зміст дисципліни. Міжнародне бізнес-середовище; вихід на зарубіжні ринки; культурні відмінності; партнерства; міжнародні маркетингові стратегії.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть оцінювати привабливість зарубіжних ринків і пропонувати підходи до виходу на них.

9. Контент-маркетинг і копірайтинг

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо планування контент-стратегій і створення ефективних маркетингових текстів.

Зміст дисципліни. Контент-аудит; цільові аудиторії; редакційний план; копірайтинг; сторителінг; адаптація текстів; метрики контенту.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть створювати контент-плани та тексти для різних каналів комунікації.

10. Іноземна мова професійного спілкування

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо розвитку іншомовної комунікативної компетентності в професійному середовищі.

Зміст дисципліни. Ділова кореспонденція; переговори; професійна лексика; презентації; робота з фаховими текстами.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть вести базову професійну комунікацію, готувати листи й презентації іноземною мовою.

11. Управління продажами

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо планування, організації та оцінювання процесів продажу.

Зміст дисципліни. Воронка продажів; сегментація клієнтів; CRM; переговори; планування й прогнозування; показники результативності.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть будувати процес продажу, працювати з клієнтськими даними та аналізувати KPI.

12. Кон’юнктура і ціни світових ринків

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо аналізу кон’юнктури та механізмів ціноутворення на світових ринках.

Зміст дисципліни. Попит і пропозиція; міжнародні цінові індикатори; біржова інформація; валютні фактори; прогнозування цін.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть інтерпретувати світові цінові тенденції та оцінювати їхній вплив на бізнес.

13. Інструменти штучного інтелекту в маркетингу

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо практичного й відповідального застосування інструментів ШІ в маркетингу.

Зміст дисципліни. Генеративний ШІ; промптинг; створення контенту; аналіз даних; автоматизація; перевірка результатів; етика та конфіденційність.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть добирати ШІ-інструменти, створювати промпти й критично перевіряти результати.

14. Іноземна мова в маркетинговій діяльності

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо використання іноземної мови у спеціалізованих маркетингових ситуаціях.

Зміст дисципліни. Маркетингова термінологія; аналіз ринку; рекламні повідомлення; презентація кампаній; комунікація з клієнтами.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть готувати маркетингові матеріали та представляти рішення іноземною мовою.

15. Маркетинговий аналіз

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо застосування методів аналізу маркетингової інформації.

Зміст дисципліни. Джерела даних; аналіз ринку, споживачів і конкурентів; сегментування; показники ефективності; візуалізація результатів.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть аналізувати маркетингові дані й обґрунтовувати висновки та рекомендації.

16. Омніканальний маркетинг

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо побудови узгодженого клієнтського досвіду в різних каналах.

Зміст дисципліни. Customer journey; онлайн- та офлайн-канали; CRM; персоналізація; атрибуція; інтеграція комунікацій.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть проєктувати омніканальні сценарії та оцінювати узгодженість клієнтського досвіду.

17. Виставкова діяльність

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо організації виставок і використання їх як інструменту маркетингових комунікацій.

Зміст дисципліни. Види виставок; планування участі; стенд і презентація; бюджет; робота з відвідувачами; оцінювання результативності.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть планувати участь у виставці та оцінювати її комунікаційні й комерційні результати.

18. Маркетинг у соціальних мережах (SMM)

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо планування та реалізації маркетингових комунікацій у соціальних мережах.

Зміст дисципліни. SMM-стратегія; аудиторії та платформи; контент-план; спільноти; реклама; аналітика; репутаційні ризики.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть створювати SMM-план, готувати публікації та оцінювати метрики.

19. Основи законодавства про знаки для товарів і послуг

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо розуміння правових засад охорони торговельних марок і позначень.

Зміст дисципліни. Поняття торговельної марки; реєстрація; класи товарів і послуг; використання прав; порушення та способи захисту.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть розпізнавати правові ризики використання позначень і орієнтуватися в процедурах охорони.

20. Електронна комерція

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо організації та розвитку електронної торгівлі.

Зміст дисципліни. Моделі e-commerce; цифрова вітрина; платіжні та логістичні процеси; клієнтський сервіс; конверсія; захист споживача.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть аналізувати інтернет-магазин і пропонувати заходи підвищення ефективності продажів.

21. Інтернет-аналітика в маркетинговій діяльності

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо вимірювання поведінки користувачів і результативності цифрових каналів.

Зміст дисципліни. Подієва аналітика; джерела трафіку; UTM; конверсії; воронки; вебметрики; звітність.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть інтерпретувати показники вебаналітики та формулювати рішення на основі даних.

22. Хмарні інструменти в маркетингу

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо використання хмарних сервісів для командної маркетингової роботи.

Зміст дисципліни. Хмарне зберігання; спільні документи; планування проєктів; дашборди; автоматизація; доступ і захист даних.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть організовувати спільну роботу, керувати матеріалами й дотримуватися правил безпеки даних.

23. Тренінг «Кар’єра в digital-маркетингу»

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо побудови індивідуальної траєкторії професійного розвитку у digital-маркетингу.

Зміст дисципліни. Ринок digital-професій; компетентності; портфоліо; резюме; співбесіда; персональний бренд; кар’єрний план.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть складати кар’єрний план, оформлювати портфоліо та презентувати власні компетентності.

24. WEB-маркетинг та SEO

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо застосування вебмаркетингу та пошукової оптимізації.

Зміст дисципліни. Структура сайту; семантичне ядро; on-page SEO; технічні основи SEO; контент; пошукова аналітика.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть проводити базовий SEO-аудит і формувати рекомендації з оптимізації сайту.

25. Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності

Мета дисципліни. Формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних умінь щодо застосування маркетингових інструментів у зовнішньоекономічній діяльності.

Зміст дисципліни. Аналіз міжнародних ринків; експортний маркетинг; адаптація продукту; міжнародне ціноутворення; канали збуту; ризики.

Очікувані результати. За результатами вивчення дисципліни здобувачі зможуть обґрунтовувати маркетингові рішення для виходу на зовнішні ринки.