

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«БІЗНЕС-МАРКЕТИНГ ТА ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
(протокол № 2 від 27.01.2025 р.)
Освітня програма введена в дію з 01 вересня 2025 р.
(наказ №23/ВС від 27.01.2025 р.)

Зі змінами в редакції,
затвердженій Вченою радою
від «___» _____ 2025, протокол №_____
Голова Вченої ради
_____ С.М. Шкарлет
Наказ №___ від _____ 2025 р.
Ректор _____ О.О. Новомлинець)

Чернігів 2025

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною групою у складі:

1. Бабаченко Лариса Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», керівник проєктної групи.
2. Москаленко Валентина Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка».
3. Ільчук Валерій Петрович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка»;
4. Хоменко Інна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка».

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

1 . Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Національний університет «Чернігівська політехніка» Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та адміністрування Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики.
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр маркетингу Перший (бакалаврський) рівень.
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації».
<i>Тип диплому, обсяг освітньої програми та форма здобуття вищої освіти</i>	Диплом бакалавра, на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, розрахунковий строк виконання освітньої програми – 4 роки, форма здобуття освіти – очна (денна), заочна.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитаційна комісія. Україна. Сертифікат УД №26014079 від 04.11.2020. Термін дії сертифіката 01.07.2026.
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 6 рівень, FQ-EHEA –перший цикл, EQF LLL – 6 рівень.
<i>Передумови</i>	На базі повної загальної середньої освіти. При вступі на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») може бути визнано та перезараховано кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) обсягом: -спеціальностей галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», 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» може бути визнано та перезараховано 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. При вступі на базі ступеня «бакалавр» за іншими спеціальностями може бути визнано та перезараховано результати навчання, отримані в межах попередньої освітньої програми обсягом не більше, ніж 90 кредитів ЄКТС.

	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету «Чернігівська політехніка», затверджених Вченою радою.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії програми	До заміни новою
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://op.stu.cn.ua/view/total_view.php
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати комплексні задачі та практичні проблеми у сфері організації та ведення маркетингової діяльності за умов цифровізації, невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність D5 «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. Ґрунтується на загальнонаукових засадах та сучасних практиках маркетингової діяльності, спрямована на формування професійної компетентності у вирішенні прикладних завдань в сфері маркетингової діяльності суб'єктів ринкових відносин, використовуючи інструменти маркетингових інтернет-комунікацій.

<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Загальна освіта у сфері маркетингу. Освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» фокусується на забезпеченні здатності вирішувати професійні завдання в сфері маркетингової діяльності суб'єктів ринкових відносин в умовах невизначеності, а також передбачає формування уміння застосовувати сучасний інструментарій маркетингових інтернет-комунікацій бізнес-середовища. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, бізнес, цінова політика, товарна політика, маркетингові дослідження, комунікаційна політика, маркетингові інновації, інтернет-маркетинг, цифрові технології, інтернет-комунікації.
<i>Особливості програми</i>	Програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок з бізнес-маркетингу з використанням інструментів інтернет-комунікацій. Програма орієнтована на комплексну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, які володіють підприємницькими та соціальними навичками, здатних до адаптації та дій в умовах цифровізації, невизначеності та мінливості бізнес-середовища. Програма спрямована на підготовку фахівців, здатних відслідковувати сучасні ринкові тенденції у цифровому середовищі з метою формування ефективної маркетингової діяльності ринкових суб'єктів. Змістовну унікальність програми визначають такі аспекти підготовки: маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності, розроблення комунікаційної політики ринкового суб'єкта, використання діджитал-технологій для досягнення цілей ринкового суб'єкта.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Бакалавр маркетингу здатний виконувати професійну роботу за такими основними угрупованнями (за державним класифікатором професій ДК 003:2010): 1233 Керівники підрозділів маркетингу, Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1475. Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.4. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, Менеджер (управитель) із збуту; 1476.1. Менеджер (управитель) з реклами; 3415 Агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний,

	торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, торговець технічний; 3416 Закупник; 3419. Організатор із збуту; 3429 Агент рекламний, Представник з реклами, Торговець (обслуговування бізнесу та реклами), Фахівець з інтерв'ювання та іншими, що визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010». Умови присвоєння освітньої кваліфікації. Присвоюється на підставі успішного виконання вимог освітньо-професійної програми.
<i>Подальше навчання</i>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване та проєктне навчання, електронне навчання в системі MOODLE, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: мультимедійних лекцій, практичних занять, лабораторних занять, консультацій з викладачами, самостійного навчання.
<i>Оцінювання</i>	Оцінювання рівня засвоєння освітньо-професійної програми здійснюється за допомогою поточного, модульного і підсумкового контролю (екзамени, заліки) та за результатами атестаційного іспиту.
6 – Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	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.
<i>Загальні компетентності</i>	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. ЗК16. Здатність щодо ініціативності, відповідальності та навички безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях. ЗК17. Здатність спілкування державною мовою, як усно так і письмово. ЗК18. Навички усного і писемного наукового мовлення, академічної культури і академічної грамотності. <i>ЗК 19. Підприємницькі навички та розуміння бізнес-процесів.</i>
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	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 інноваційній 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 використання інструментів інтернет-маркетингу при реалізації комунікаційної політики ринкового суб'єкта. СК16. Здатність відслідковувати сучасні ринкові тенденції з метою формування ефективної діяльності ринкових суб'єктів.
--	---

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 маркетинголога, 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	<i>Вміти використовувати маркетингові інтернет-комунікації для досягнення поставлених цілей ринкового суб'єкта.</i>
ПРН20	<i>Вміти використовувати маркетингові інструменти формування та підтримки лояльності споживачів у діджитал-середовищі.</i>

ПРН21	Демонструвати вміння здійснювати ефективну діяльність суб'єктів бізнес-середовища на основі застосування навичок аналізу зміни ринкової ситуації.
ПРН22	Здатність до вирішення професійних задач діяльності, пов'язаних з забезпеченням життя, здоров'я і працездатності під час роботи, оцінювання середовища перебування щодо особистої безпеки, безпеки колективу, суспільства, проведення моніторингу небезпечних ситуацій та обґрунтування головних підходів та засобів збереження життя, здоров'я та захисту працівників в умовах загрози і виникнення небезпечних та надзвичайних ситуацій.
ПРН23	Здатні використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя; дотримуватись гігієнічних вимог у процесі оздоровлення і тренувань; використовувати природні чинники з метою зміцнення здоров'я, підвищення працездатності та стійкості до захворювань.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, залучені до викладання дисциплін програми, мають наукові ступені та підтверджений рівень наукової та професійної активності. Наукові інтереси викладачів відповідають дисциплінам, що ними викладаються. Науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики, що забезпечують освітню програму, є членами професійних асоціацій: «Українська асоціація маркетингу», «Об'єднання маркетологів України», що сприяє консолідації зусиль науковців при удосконаленні освітніх програм з метою забезпечення оволодіння здобувачами навичками, необхідними для їх подальшої професійної діяльності. Викладацький склад, який забезпечує реалізацію освітньої програми, відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики дозволяє повністю забезпечити навчальний процес протягом всього циклу підготовки здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації». При проведенні лекційних, практичних та лабораторних занять з навчальних дисциплін використовуються навчальні аудиторії, обладнані технічними засобами навчання. Комп'ютерні лабораторії оснащені сучасними персональними комп'ютерами і підключені до локальної комп'ютерної мережі університету та мають

	вихід до Internet.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін (робочі програми, силабуси, конспекти лекцій, методичні матеріали для проведення практичних (лабораторних) занять, самостійної та індивідуальної роботи здобувачів вищої освіти, курсових робіт, завдання для поточного та підсумкового оцінювання знань, перелік рекомендованої літератури тощо) представлено в системі дистанційного навчання MOODLE НУ «Чернігівська політехніка». Здобувачі вищої освіти та викладачі можуть використовувати бібліотечно-інформаційну систему, наукову бібліотеку Університету. Інформаційні ресурси бібліотеки за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у галузі. Ресурси Наукової бібліотеки НУ «Чернігівська політехніка» доступні через внутрішню та зовнішню мережу.
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу НУ «Чернігівська політехніка». Здійснюється на основі двосторонніх договорів між НУ «Чернігівська політехніка» та закладами вищої освіти України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до Порядку визначення академічної різниці та визнання результатів попереднього навчання в Національному університеті «Чернігівська політехніка»
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу НУ «Чернігівська політехніка». Здійснюється на основі двосторонніх договорів між НУ «Чернігівська політехніка» та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у програмі Еразмус + та інших програмах.
<i>Навчання іноземних здобувачів освіти</i>	Відповідно до чинного законодавства та Порядку організації набору та навчання (стажування) іноземців та осіб без громадянства в Національному університеті «Чернігівська політехніка».

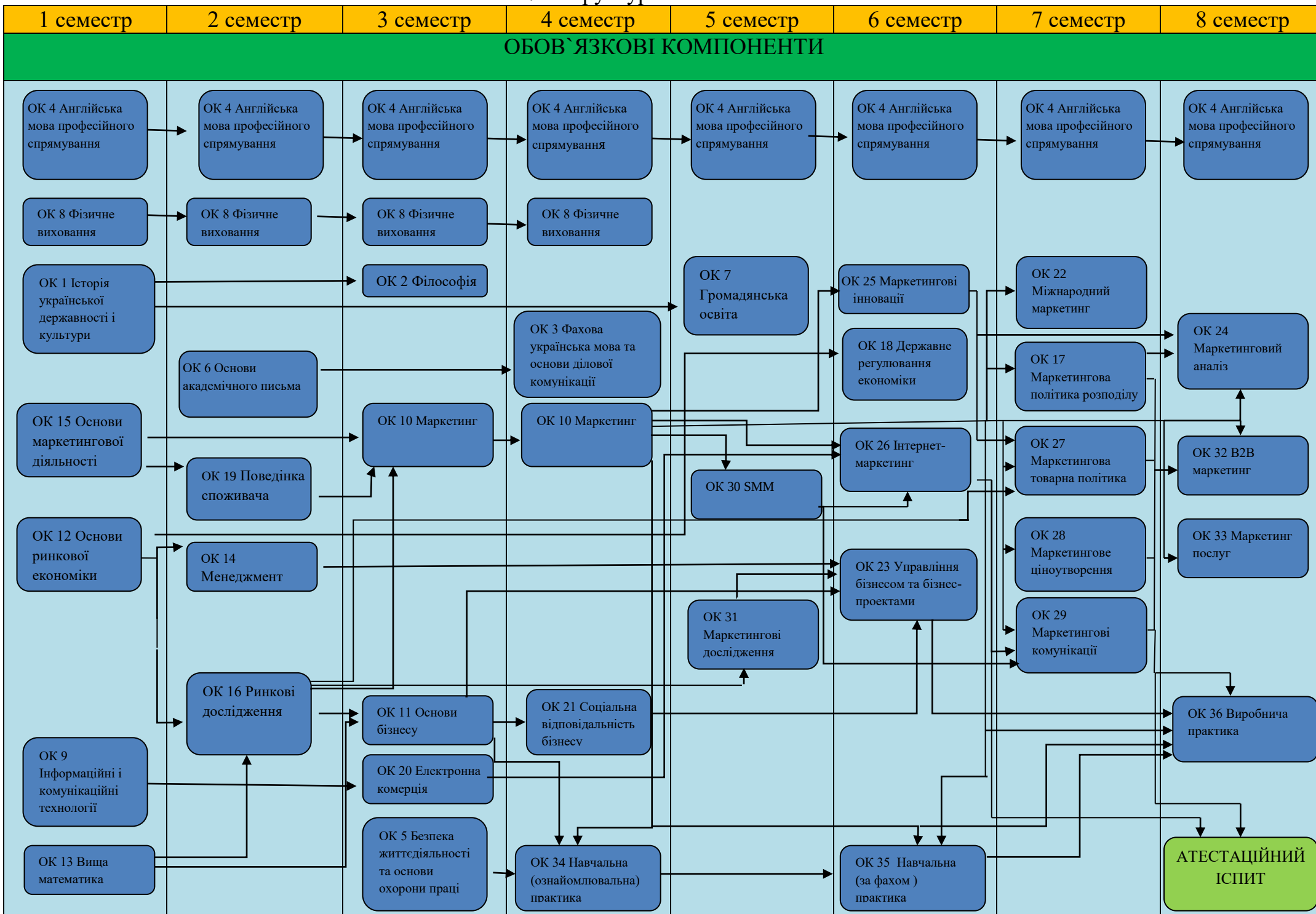
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Історія української державності і культури	4	Екзамен
ОК 2	Філософія	4	Екзамен
ОК 3	Фахова українська мова та основи ділової комунікації	4	Екзамен
ОК 4	Англійська мова професійного спрямування	16	Диф.залік, Екзамен
ОК 5	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	Диф. залік
ОК 6	Основи академічного письма	3	Диф. залік
ОК 7	Громадянська освіта	3	Диф.залік
ОК 8	Фізичне виховання	12	Залік
ОК 9	Інформаційні і комунікаційні технології	4	Екзамен
ОК 10	Маркетинг	12	Екзамен, диф.залік,КР
ОК 11	Основи бізнесу	5	Екзамен
ОК 12	Основи ринкової економіки	5	Диф.залік
ОК 13	Вища математика	6	Екзамен
ОК 14	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 15	Основи маркетингової діяльності	6	Диф.залік
ОК 16	Ринкові дослідження	6	Екзамен,КР
ОК 17	Маркетингова політика розподілу	3	Диф.залік
ОК 18	Державне регулювання економіки	4	Екзамен
ОК 19	Поведінка споживача	4	Екзамен
ОК 20	Електронна комерція	4	Екзамен
ОК 21	Соціальна відповідальність бізнесу	4	Екзамен
ОК 22	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
ОК 23	Управління бізнесом та бізнес-проектами	6	Екзамен,КР
ОК 24	Маркетинговий аналіз	4	Екзамен
ОК 25	Маркетингові інновації	4	Екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг	5	Екзамен
ОК 27	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
ОК 28	Маркетингове ціноутворення	3	Диф.залік
ОК 29	Маркетингові комунікації	4	Диф.залік
ОК 30	SMM	4	Екзамен
ОК 31	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 32	B2B маркетинг	6	Екзамен,КР
ОК 33	Маркетинг послуг	4	Диф.залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		168	-
Вибіркові компоненти ОП			
Навчальні дисципліни за вільним вибором здобувача вищої освіти¹			
ВК 1.1	Корпоративна культура	3	Диф.залік
ВК 1.2	Тренінг-курс «Психологія ділових відносин»	3	Диф.залік
ВК 1.3	Риторика	3	Диф.залік
ВК 1.4	Тренінг-курс «Лідерство та «team-building»»	3	Диф.залік
ВК 1.5	Комунікаційний менеджмент	3	Диф.залік
ВК 1.6	Тренінг-курс «Креативне мислення та інтелектуальна власність»	3	Диф.залік
ВК 1.7	Психологія впливу	3	Диф.залік

ВК 1.8	Психологія успіху	3	Диф.залік
ВК 1.9	Тренінг-курс «Сучасні медіа»	3	Диф.залік
ВК 1.10	Generalist-курс	3	Диф.залік
ВК 1.11	Презентації: мистецтво ефективної комунікації	3	Диф.залік
ВК 1.12	Основи запобігання та протидії домашньому насильству	3	Диф.залік
ВК 1.13	Антикорупція та доброчесність	3	Диф.залік
ВК 1.14	Дисципліна на вибір з іншої ОП, яка формує соціальні навички (soft skills)	3	Диф.залік
ВК 2.1	Сучасна економіка	3	Диф.залік
ВК 2.2	Управління бізнесом	3	Диф.залік
ВК 2.3	Фінансова грамотність	3	Диф.залік
ВК 2.4	Фінансово-економічна безпека	3	Диф.залік
ВК 2.5	Тренінг-курс «Start up creation»	3	Диф.залік
ВК 2.6	Економіка підприємства	3	Диф.залік
ВК 2.7	Правове регулювання підприємницької діяльності	3	Диф.залік
ВК 2.8	Дисципліна на вибір з іншої ОП, яка формує підприємницькі навички	3	Диф.залік
Навчальні дисципліни за вільним вибором здобувача вищої освіти циклу професійної підготовки			
ВК 3	Міжнародна економіка	4	Диф.залік
ВК 4	Основи зовнішньоекономічної діяльності	4	Диф.залік
ВК 5	Товарознавство	4	Екзамен
ВК 6	Управління продажами	4	Екзамен
ВК 7	Логістика	4	Екзамен
ВК 8	Управління ризиками	4	Екзамен
ВК 9	Стратегічне управління	5	Екзамен
ВК 10	Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами	5	Екзамен
ВК 11	Personal branding	5	Диф.залік
ВК 12	Public relations	5	Диф.залік
ВК 13	Комп'ютерна графіка	4	Диф.залік
ВК 14	Створення відеоконтенту	4	Диф.залік
ВК 15	Рекламна діяльність	4	Диф.залік
ВК 16	Маркетинг у банківській сфері	4	Диф.залік
ВК 17	Інвестування	4	Екзамен
ВК 18	Фінанси бізнесу	4	Екзамен
ВК 19	Брендинг	5	Екзамен
ВК 20	Медіапланування	5	Екзамен
ВК 21	Event marketing	4	Диф.залік
ВК 22	Маркетинг в ІТ	4	Диф.залік
ВК 23	Проектний аналіз	5	Екзамен
ВК 24	Бізнес-аналітика	5	Екзамен
ВК 25	Основи web-розробки та SEO	3	Диф.залік
ВК 26	Основи web-дизайну	3	Диф.залік
ВК 27	Direct marketing	4	Екзамен
ВК 28	Trade marketing	4	Екзамен
Загальний обсяг вибіркових компонент:		60	-
Практична підготовка			
ОК 34	Навчальна (ознайомлювальна) практика	3	Диф.залік
ОК 35	Навчальна (за фахом) практика	3	Диф.залік
ОК 36	Виробнича практика	6	Диф.залік
Загальний обсяг:		12	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	-

2. 2 Структурно-логічна схема ОП



1. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного іспиту.

Атестація осіб здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, провідних науковців відповідно до Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка».

Атестаційний іспит включає програмні питання, що дозволяють оцінити набуті здобувачами вищої освіти результати навчання. При складанні атестаційного іспиту учасники освітнього процесу повинні дотримуватися принципів академічної доброчесності.

4. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

[illegible]

Перелік використаних джерел

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій (Редакція від 02.07.2020р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#n12>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text>.
6. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 (редакція від 24.02.2020р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>.
7. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти: Постанова від 30.12.2015 р. №1187 (редакція від 04.05.2020р.) / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
8. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. МОН.: Київ, 2018. 14 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
9. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf.
10. Порядок розробки, затвердження, моніторингу та закриття освітніх програм у Національному університеті «Чернігівська політехніка», рекомендований Вченою радою Національного університету «Чернігівська політехніка» від 31.08.2020 р. протокол № 6 (із змінами від 30.11.2021р.). Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2020. 6 с.
11. International Standard Classification of Education ISCED 2011. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>.
12. International Standard Classification of Education: Fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013) – Detailed field descriptions. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf>.
13. Manual to Accompany the International Standard Classification of Education 2011. URL: <http://uis.unesco.org/en/topic/international-standard->

classification-education-iscad.

14. Рекомендації з розробки освітніх програм для науково-педагогічних працівників у Національному університеті «Чернігівська політехніка» «Освітні програми. Побудова, викладення, оформлення та зміст», затверджені Вченою радою Національного університету «Чернігівська політехніка» 26 вересня 2022 р. протокол № 6 та введені в дію наказом ректора від 26 вересня 2022 р. № 570/ВС.