

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



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

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ С.М. Шкарлет

(протокол № ____ від «__» _____ 20__ р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2024р.

Ректор _____ О.О. Новомлинець

(наказ № ____ від «__» _____ 20__ р.)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною групою спеціальності 075 «Маркетинг» 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. Вербицька Анна Вікторівна, кандидат наук з державного управління, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка».
3. Рябов Ігор Будимирович, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка».

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, що регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

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

Додаються рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Гатченко Аліна Володимирівна, директор з маркетингу «SendPulse».
2. Жидок Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, керівник регіонального представництва торговельного агентства «Western Bid».
3. Руденко Марія Юріївна, директорка Агенції регіонального розвитку Чернігівської області.
4. Сорока Богдан Іванович, координатор Чернігівського ІТ-кластеру «Chernihiv.IT».
5. Бородавко Олександр В'ячеславович, заступник директора філії з розвитку мережі Чернігівської дирекції ПАТ «УКРПОШТА».

1 . Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Національний університет «Чернігівська політехніка» Навчально-науковий інститут економіки 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 підготовки бакалаврів, «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації».
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитаційна комісія. Україна. Сертифікат УД №26014079 від 04.11.2020. Термін дії сертифіката 01.07.2022р.
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 6 рівень, FQ-ЕНЕА –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 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» 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.
<i>Мова(и) викладання</i>	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)	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єктом вивчення</i> є 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, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Бакалавр</i> маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	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 умінь

	<p>застосовувати сучасний інструментарій маркетингових інтернет-комунікацій бізнес-середовища.</p> <p><i>Ключові слова: маркетинг, бізнес, цінова політика, товарна політика, маркетингові дослідження, комунікаційна політика, маркетингові інновації, інтернет-маркетинг, цифрові технології, інтернет-комунікації.</i></p>
<i>Особливості програми</i>	<p>Програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок з бізнес-маркетингу з використанням інструментів інтернет-комунікацій.</p> <p>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.</p> <p>Програма спрямована на підготовку фахівців, здатних відслідковувати сучасні ринкові тенденції у цифровому середовищі з метою формування ефективної маркетингової діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>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.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	<p>Бакалавр маркетингу здатний виконувати професійну роботу за такими основними угрупованнями (за державним класифікатором професій ДК 003:2010):</p> <p>2419.2. Консультант з маркетингу;</p> <p>1475. Менеджер (управитель) з маркетингу;</p> <p>2419.2. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог);</p> <p>2419.2. Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку;</p> <p>3429. Агент рекламний;</p> <p>1476.1. Менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>3429. Представник з реклами;</p> <p>2419.2. Рекламист;</p> <p>1475.4. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю;</p> <p>2419.2. Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою;</p> <p>2419.2. Економіст із збуту;</p> <p>2441.2. Економіст із ціноутворення;</p> <p>1475.4. Менеджер (управитель) із збуту;</p> <p>3419. Організатор із збуту</p> <p>та іншими, що визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010».</p> <p>Умови присвоєння освітньої кваліфікації.</p> <p>Присвоюється на підставі успішного виконання вимог освітньо-професійної програми.</p>

<i>Подальше навчання</i>	Особа має право на продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, НРК – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень.
5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Основні підходи, методи та технології, що використовуються у даній програмі: проблемно-орієнтоване та студенто-центроване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, навчання з використанням програм для відео-конференцій, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, лабораторних занять, консультацій з викладачами, самостійного навчання, індивідуальних занять.
<i>Оцінювання</i>	Поточний контроль: усні відповіді, тестування, контрольні (модульні) роботи, аналіз статей, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, вирішення ситуаційних вправ, а також захист контрольних, розрахункових робіт, курсових робіт. Підсумковий контроль: екзамени, заліки, захист звітів з навчальної (ознайомлювальної), навчальної (за фахом), та виробничої практик, атестаційний екзамен.
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

	<p>технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p><i>ЗК15. Підприємницькі навички та розуміння бізнес-процесів.</i></p> <p><i>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.</i></p> <p><i>ЗК17. Здатність спілкування державною мовою, як усно так і письмово.</i></p> <p><i>ЗК18. Навички усного і писемного наукового мовлення, академічної культури і академічної грамотності.</i></p>
<p><i>Спеціальні (фахові) компетентності</i></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-</p>

	<p>функціональному розрізі. <i>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</i> <i>СК15. Здатність використання інструментів інтернет-маркетингу при реалізації комунікаційної політики ринкового суб'єкта.</i> <i>СК16. Здатність відслідковувати сучасні ринкові тенденції з метою формування ефективної діяльності ринкових суб'єктів.</i></p>
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	<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	<i>Демонструвати вміння здійснювати ефективну діяльність суб'єктів бізнес-середовища на основі застосування навичок аналізу зміни ринкової ситуації.</i>
ПРН22	<i>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.</i>
ПРН23	<i>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.</i>

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

<i>Кадрове забезпечення</i>	<p>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.</p> <p>Науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики, що забезпечують освітню програму, є членами громадських організацій «Української асоціації маркетингу» та «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.</p>
-----------------------------	---

	Викладацький склад, який забезпечує реалізацію освітньої програми, відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	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, а саме: мультимедійними проекторами, графічними планшетами, екшн-камерою, а також комп'ютерні класи оснащені сучасними персональними комп'ютерами, підключеними до локальної комп'ютерної мережі університету та з виходом 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,КРС
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,КРС
ОК 17	Маркетингова політика розподілу	3	Диф.залік
ОК 18	Основи мікро та макроекономіки	4	Екзамен
ОК 19	Товарознавство	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,КРС
ОК 24	Маркетинговий аналіз	5	Екзамен
ОК 25	Маркетинг інновацій	4	Екзамен
ОК 26	Інтернет-маркетинг	4	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,КРС
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»		
ВК 1.3	Риторика		
ВК 1.4	Тренінг-курс «Лідерство та «team-building»»		
ВК 1.5	Комунікаційний менеджмент		
ВК 1.6	Тренінг-курс «Креативне мислення та інтелектуальна власність»		
ВК 1.7	Психологія впливу		

¹ Здобувач вищої освіти вибирає за своїм уподобанням одну вибірку компоненту з ВК1.1-ВК1.12, яка формує соціальні навички (soft skills), для вивчення у 2 семестрі 1 курсу та одну вибірку компоненту з ВК2.1-ВК2.8, яка формує підприємницькі навички, для вивчення у 2 семестрі 3 курсу.

ВК 1.8	Психологія успіху		
ВК 1.9	Тренінг-курс «Сучасні медіа»		
ВК 1.10	Generalist-курс		
ВК 1.11	Презентації: мистецтво ефективної комунікації		
ВК 1.12	Дисципліна на вибір з іншої ОП, яка формує соціальні навички (soft skills)		
ВК 2.1	Сучасна економіка	3	Диф.залік
ВК 2.2	Управління бізнесом		
ВК 2.3	Фінансова грамотність		
ВК 2.4	Фінансово-економічна безпека		
ВК 2.5	Тренінг-курс «Start up creation»		
ВК 2.6	Економіка підприємства		
ВК 2.7	Дисципліна на вибір з іншої ОП, яка формує підприємницькі навички		
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	Поведінка споживача	4	Диф.залік
ВК 6	Управління продажами	4	Диф.залік
ВК 7	Логістика	4	Екзамен
ВК 8	Управління ризиками	4	Екзамен
ВК 9	Стратегічне управління	4	Екзамен
ВК 10	Національна та регіональна економіка	4	Екзамен
ВК 11	Personal branding	4	Диф.залік
ВК 12	Public relations	4	Диф.залік
ВК 13	Комп'ютерна графіка	5	Екзамен
ВК 14	Аналіз та візуалізація даних	5	Екзамен
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-маркетинг	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-маркетинг	4	Екзамен
ВК 28	Trade marketing	4	Екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	-
Практична підготовка			
П 1	Навчальна (ознайомлювальна) практика	3	Диф.залік
П 2	Навчальна (за фахом) практика	3	Диф.залік
П 3	Виробнича практика	6	Диф.залік
Загальний обсяг:		12	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	-

2.2 Структурно-логічна схема ОП

1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ							
ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування	ОК 4 Англійська мова професійного спрямування
ОК 8 Фізичне виховання	ОК 8 Фізичне виховання	ОК 8 Фізичне виховання	ОК 8 Фізичне виховання	ОК 7 Громадянська освіта	ОК 23 Управління бізнесом та бізнес-проектами	ОК 22 Міжнародний маркетинг	ОК 24 Маркетинговий аналіз
ОК 1 Історія української державності і культури	ОК 6 Основи академічного письма	ОК 2 Філософія	ОК 3 Фахова українська мова та основи ділової комунікації	ОК 30 SMM	ОК 25 Маркетинг інновацій	ОК 17 Маркетингова політика розподілу	ОК 32 B2B маркетинг
ОК 9 Інформаційні і комунікаційні технології	ОК 14 Менеджмент	ОК 5 Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	ОК 21 Соціальна відповідальність бізнесу		ОК 26 Інтернет-маркетинг	ОК 27 Маркетингова товарна політика	ОК 33 Маркетинг послуг
ОК 12 Основи ринкової економіки	ОК 16 Ринкові дослідження	ОК 10 Маркетинг	ОК 10 Маркетинг		ОК 31 Маркетингові дослідження	ОК 28 Маркетингове ціноутворення	
ОК 13 Вища математика	ОК 18 Основи мікро та макроекономіки	ОК 11 Основи бізнесу				ОК 29 Маркетингові комунікації	
ОК 15 Основи маркетингової діяльності	ОК 19 Товарознавство	ОК 20 Електронна комерція					
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ							
	ВК 3 Міжнародна економіка ВК 4 Основи зовнішньоекономічної діяльності	ВК 1.1 – ВК 1.12 Блок дисциплін, які формують соціальні навички (soft-skills)	ВК 5 Поведінка споживача ВК 6 Управління продажами	ВК 9 Стратегічне управління ВК 10 Національна та регіональна економіка	ВК 2.1 – ВК 2.7 Блок дисциплін, які формують підприємницькі навички	ВК 19 Брендинг ВК 20 Медіапланування	ВК 25 Основи web-розробки та SEO ВК 26 Основи web-дизайну
			ВК 7 Логістика ВК 8 Управління ризиками	ВК 11 Personal branding ВК 12 Public relations	ВК 21 Event-маркетинг ВК 22 Маркетинг в ІТ	ВК 23 Проектний аналіз ВК 24 Бізнес-аналітика	ВК 27 Direct-маркетинг ВК 28 Trade marketing
			П 1 Навчальна (ознайомлювальна) практика	ВК 13 Комп'ютерна графіка ВК 14 Аналіз та візуалізація даних	П 2 Навчальна (за фахом) практика		П 3 Виробнича практика
				ВК 15 Рекламна діяльність ВК 16 Маркетинг у банківській сфері			
				ВК 17 Інвестування ВК 18 Фінанси бізнесу			АТЕСТАЦІЙНИЙ ІСПИТ

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного іспиту. Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра маркетингу, 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».
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Атестаційний іспит включає програмні питання, що визначають рівень та обсяг засвоєння знань, умінь, інших компетентностей здобувачами вищої освіти.

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. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. (Затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 № 1648). URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/proekty%20standartiv%20vishcha%20osvita/1648.pdf>
7. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 (редакція від 24.02.2020р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>.
8. 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>.
9. 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>
10. 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.
11. 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. URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/poryadok-rozrobky-zatverdzhennya-monitoringu-ta-zakryttya-osvitnih-program.pdf>
12. Положення про порядок створення та організацію роботи експертних комісій для атестації здобувачів вищої освіти НУ «Чернігівська

політехніка», затверджене Наказом ректора НУ «Чернігівська політехніка» від 31.08.2020 р. №6 (із змінами від 28.11.2022р.) URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/polozhennya-pro-poryadok-stvorennya-ta-organizaciyu-roboty-ek-dlya-atestaciyi-zdobuvachiv-vo.pdf>

13. 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>.

14. 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>.

15. Manual to Accompany the International Standard Classification of Education 2011. URL: <http://uis.unesco.org/en/topic/international-standard-classification-education-isced>.

16. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) та загальними компетентностями та прикладами стандартів. URL: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

17. Рекомендації з розробки освітніх програм для науково-педагогічних працівників у Національному університеті «Чернігівська політехніка» «Освітні програми. Побудова, викладення, оформлення та зміст» URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/metod-rekom-z-rozrobky-op-dlya-npp.pdf>