

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ  
«ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ІНЖЕНЕРІЙ ТА УПРАВЛІННЯ  
НАЦІОНАЛЬНОГО АВІАЦІЙНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
МАРКЕТИНГ**

**Освітньо-професійний ступінь: Фаховий молодший бакалавр**

**за спеціальністю: 075 Маркетинг**

**галузі знань: 07 Управління та адміністрування**

**кваліфікація: Фаховий молодший бакалавр з маркетингу**



**Затверджено Педагогічною радою  
Протокол № 5 від 30 червня 2021 р.**

**Голова Педагогічної ради**

**Олександр ПОНОМАРЕНКО**

**Київ  
2021**

## ЗМІСТ

1. Профіль освітньо-професійної програми .....
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми  
та їх логічна послідовність .....
3. Форма атестації здобувачів освіти.....
4. Матриця відповідності програмних компетентностей  
компонентам освітньо-професійної програми.....
5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)  
відповідними компонентами освітньо-професійної програми.....

## 1. Профіль освітньо-професійної програми

<b>1. Загальна інформація</b>	
Повна назва закладу освіти та структурного підрозділу	Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету»
Ступінь освіти та назва кваліфікації мовою оригінала	Фахова передвища освіта Фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	<b>МАРКЕТИНГ</b>
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом фахового молодшого бакалавра, одиничний Обсяг 120 кредитів ЄСТС 2 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми УД 11012755, дійсний до 01.07.2025
Цикл/Рівень	НРК України – 5 рівень, ЄРК – 5 рівень, РК ЄПВО – короткий цикл
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	<a href="http://www.kitu.nau.edu.ua">www.kitu.nau.edu.ua</a>
<b>2. Опис предметної області</b>	
<p><b>Об'єкт вивчення та/або діяльності:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><b>Цілі навчання:</b> підготовка фахівців, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності.</p> <p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> 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.</p> <p><b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	
<b>3. Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 Управління та адміністрування Спеціальність 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма фахового молодшого бакалавра
Освітній фокус освітньої програми	Освіта в сфері маркетингу з підготовки фахових молодших бакалаврів, які володіють актуальними компетентностями у сфері маркетингової діяльності підприємств. Відповідає вимогам роботодавців, формує

	креативний підприємницький стиль мислення, вміння й навички організації рекламної та маркетингової діяльності, здійснення товароруку, знання інструментів інтернет-маркетингу, ринкових досліджень
<b>Особливості програми</b>	Програма 120 кредитів ЄКТС включає цикл гуманітарної підготовки, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки, професійної та практичної підготовки. Вибіркова складова програми передбачає розширення професійних компетентностей маркетингу та практичної підготовки
<b>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Фахівець здатен виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010: 341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі 3411 Дилери 3411 Маклер біржовий 3413 Торговець (власність) 3415 Технічні та торговельні представники 3415 Агент 3415 Агент комерційний 3415 Агент торговельний 3415 Комівояжер 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор із збуту 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів 3421 Торговельний брокер (маклер) 3429 Агент з комерційних послуг та торговельні брокери 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3439 Інші фахівці в галузі управління 3439 Фахівець з інтерв'ювання.
<b>Академічні права випускників</b>	Здобуття освіти за: початковим рівнем (короткий цикл) вищої освіти; першим (бакалаврський) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Використовується студентоцентроване та проблемноорієнтоване навчання з

	використанням проблемних, інтерактивних, проектних, інформаційно-комп'ютерних саморозвиваючих технологій. Використовується також вальдорфська педагогіка, що є передумовою креативного мислення, сугестивні технології, колективні та інтегративні контекстні технології навчання.
<b>Оцінювання</b>	<p>Формувальне оцінювання навчальних досягнень студента з циклів дисциплін вищої освіти здійснюється за 4-х бальною системою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»); формувальне оцінювання з циклу дисциплін загальноосвітньої підготовки здійснюється за взаємоузгодженою 12-ти бальною системою (початковий рівень: 1, 2, 3 бали; II середній рівень: 4, 5, 6 балів; III достатній рівень: 7, 8, 9 балів; високий: 10, 11, 12 балів).</p> <p>Види контролю: попередній, поточний, періодичний (рубіжний), підсумковий контроль, та самоконтроль.</p> <p>Форми та засоби контролю: усне та письмове опитування, аналітичні звіти, реферати, есе, презентації результатів виконаних завдань та досліджень, розрахункові роботи, студентські презентації та виступи на наукових заходах, захист звіту з практики, захист курсових робіт, підсумкова атестація, ЗНО, заліки, екзамени, комплексні іспити.</p>
<b>6. Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральні компетентності (ІК)</b>	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного</p>

	<p>відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p>
<p><b>Фахові компетентності (ФК)</b></p>	<p>СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.</p> <p>СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу</p>
<p><b>7. Програмні результати навчання</b></p>	
<p>РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.</p> <p>РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.</p> <p>РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх</p>	

взаємозв'язки.

РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.

РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.

РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.

РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.

РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.

## Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

### 8.1. Кадрове забезпечення

Склад педагогічних працівників, які забезпечують навчальний процес включає кандидатів наук (докторів філософії), старших викладачів та викладачів-методистів. До реалізації програми залучається не менше 25% педагогічних працівників вищої кваліфікаційної категорії з кожного циклу дисциплін. Педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування

### 8.2. Матеріально-технічне забезпечення

Наявність документів, що засвідчують право власності коледжу на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів коледжу показникам нормованої площі. 100 % забезпеченість потребам освітніх програм коледжу: навчальні аудиторії, лабораторії, необхідне устаткування кабінетів. Повне забезпечення робочими комп'ютерними місцями студентів. Наявність інфраструктури для відпочинку та оздоровлення

### 8.3. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення

Навчальний процес забезпечується навчально-методичними комплексами дисциплін, які містять навчальні та робочі навчальні програми, конспекти лекцій, методичні розробки до семінарських, практичних занять, лабораторних практикумів, методичні вказівки до самостійної роботи студентів; методичними матеріалами до написання курсових робіт, проходження практик, завдання для контролю знань (екзаменаційні білети, тестові завдання, комплексні контрольні роботи). Також викладачі готують та забезпечують видання авторських підручників, навчально-методичних посібників та монографій, статті в наукових журналах та конференціях.

Офіційний веб-сайт [www.kitu.nau.edu.ua](http://www.kitu.nau.edu.ua) містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні

	<p>підрозділи, правила прийому, розклад начальних занять та дзвінків, контакти. Бібліотека коледжу, яка містить читальний зал з необхідною кількістю місць, мультимедійним забезпеченням та електронними ресурсами. Бібліотека НАУ</p>
<p><b>Розділ 9. Академічна мобільність</b></p>	
<p><b>9.1. Національна кредитна мобільність</b></p>	<p>Планується підписання двосторонніх договорів з провідними коледжами України</p>
<p><b>9.2. Міжнародна кредитна мобільність</b></p>	<p>Планується підписання двосторонніх договорів з провідними коледжами Європейського союзу</p>
<p><b>9.3. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Планується розширення провадження освітньої діяльності для підготовки іноземних громадян та осіб без громадянства</p>



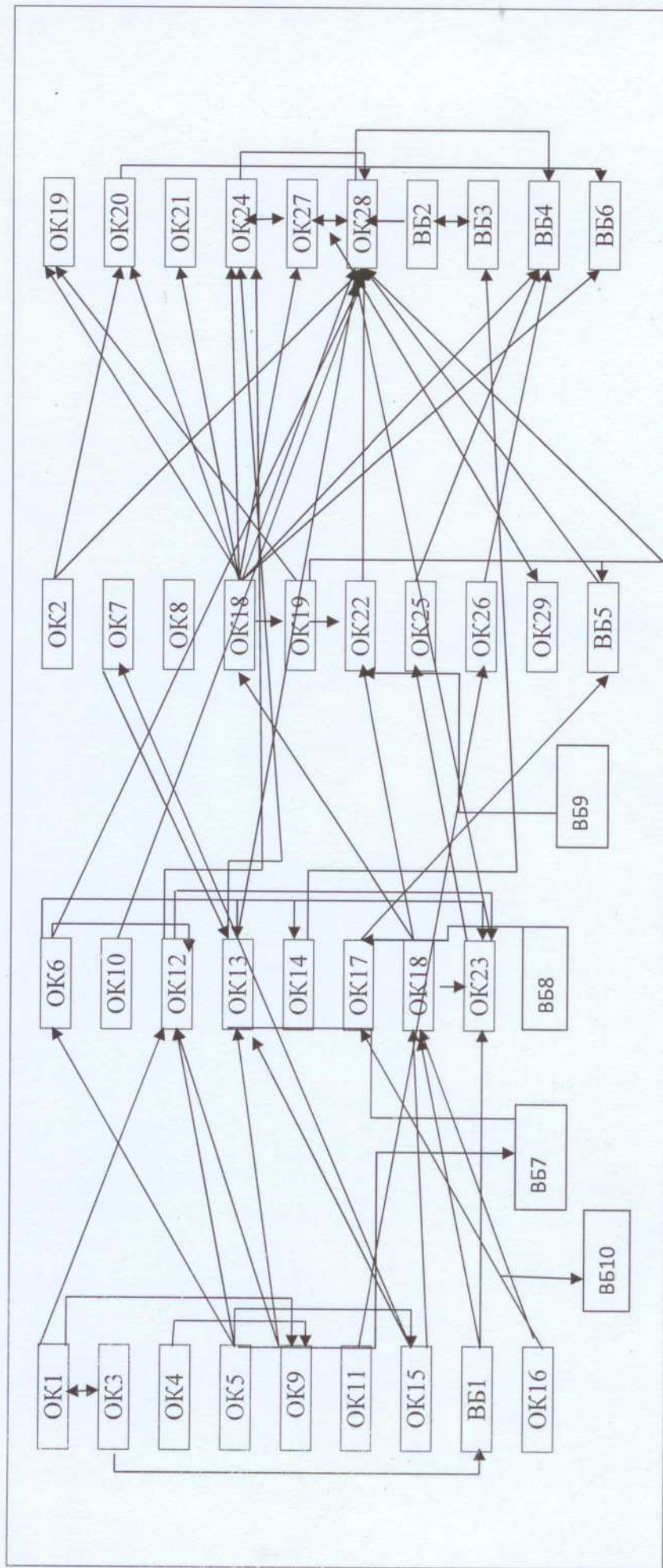
**ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ  
ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ**

**2. 1 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю/КР
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОПП</b>			
OK1	Історія та культура України	3	Екзамен
OK2	Економікс	3	Екзамен
OK3	Статистика ринку товарів і послуг	3	Залік
OK4	Економіка підприємства	4	Екзамен/КР
OK5	Інформаційні системи і технології на підприємстві	4	Екзамен
OK6	Фінанси, гроші та кредит	3	Екзамен
OK7	Вища математика	4	Залік
OK8	Менеджмент	3	Залік
OK9	Фізичне виховання	3	Залік
OK10	Основи охорони праці та БЖД	3	Залік
OK11	Маркетинг	4	Екзамен/КР
OK12	Страховання	3	Екзамен
OK13	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Залік
OK14	Економічний аналіз	3	Залік
OK15	Теорія прийняття рішень	3	Залік
OK16	Фінанси підприємства	3	Залік
OK17	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
OK18	Розроблення товару	4	Екзамен/КР
OK19	Реклама та стимулювання продажу	3	Екзамен
OK20	Комунікаційна діяльність	3	Залік
OK21	Основи підприємництва	3	Залік
OK22	Ціноутворення	3	Залік
OK23	Товарна політика підприємства	3	Залік
OK24	Інвестування та біржова діяльність	3	Залік
OK25	Практика навчальна ОТ	4	Залік
OK26	Практика навчальна професійна	3	Залік
OK27	Практика виробнича	4	Залік
OK28	Атестація	1	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>89</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОПП (за вибором закладу освіти ВБ 1)</b>			
ВБ1	Основи правознавства	3	Залік
ВБ2	Статистика	3	Залік

ВБ3	Інформатика і комп'ютерна техніка	3	Залік
ВБ4	Філософія	3	Залік
ВБ5	Соціологія	3	Залік
ВБ6	Бухгалтерський облік	3	Залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент ВБ 1</b>		<b>18</b>	
<i>Вибіркові компоненти ОПП (за вибором здобувача освіти ВБ 2)</i>			
ВБ1	Логістика	3	Залік
ВБ2	Фінансовий облік	3	Залік
ВБ3	Електронна комерція	4	Залік
ВБ4	Податкова система	3	Залік
ВБ5			
ВБ6			
ВБ7			
ВБ8			
ВБ9			
ВБ10			
<b>Загальний обсяг вибірових компонент ВБ 2</b>		<b>13</b>	
<b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми</b>		<b>120</b>	

2.2 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



### **3. Форма атестації здобувачів освіти**

Атестація випускників освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі кваліфікаційного іспиту.

Кваліфікаційний іспит проводиться за кваліфікаційними завданнями, які складаються з теоретичної і практичної частин.

За результатами складання кваліфікаційного іспиту екзаменаційна комісія приймає рішення про присвоєння здобувачам фахової передвищої освіти кваліфікації фахового молодшого бакалавра з маркетингу за спеціальністю 075 Маркетинг.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.