

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Електронний маркетинг»
(найменування освітньої програми)

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та найменування галузі)

СМЯ НАУ ОПІ 11.01.03 – 03 – 2021

Освітньо-професійна програма
Затверджена Вченою радою Університету
Протокол № 3 від 24.03. 2021 р.

Вводиться в дію наказом ректора


Ректор

М. Луцький

Наказ № 198/109 від 29.03. 2021 р.



КИЇВ


	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
	стор. 2 з 27		

Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень,
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»,
спеціальність 075 «Маркетинг»


Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від «05» грудня 2018 р. № 1343.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми


ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою
Національного авіаційного університету
протокол № 2
від « 23 » 03 2021 р.
Голова Науково-методичної ради,
проректор з навчальної роботи
 А. Полухін


ПОГОДЖЕНО


Вченою радою факультету економіки та
бізнес-адміністрування
протокол № 4
від « 18 » 03 2021 р.
Голова вченої ради факультету
 Смерічевський С.Ф.

ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу
протокол засідання № 4
від « 16 » 03 2021 р.
Завідувач кафедри маркетингу
 Смерічевський С.Ф.

ПОГОДЖЕНО

Студентською радою факультету економіки
та бізнес-адміністрування
протокол № 5
від « 17 » 03 2021 р.
Голова Студентської ради ФЕБА
 О. Стасюк

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
	стор. 3 з 27		

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг», у складі:

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

ЯРМОЛЮК О. Я. - к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



 підпис гаранта

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

СМЕРГЧЕВСЬКИЙ С.Ф. - д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу



 підпис члена робочої групи

БОРИСЕНКО О.С. - к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



 підпис члена робочої групи

РАДЧЕНКО Г.А. - к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу



 підпис члена робочої групи

СОКОЛОВА М.Р. - здобувач вищої освіти



 підпис здобувача вищої освіти

ЗОВНІШНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ:

АСТАХОВ Радник генерального директора, корпоративний секретар
 Кирило Володимирович Державного підприємства «Міжнародний аеропорт «Бориспіль»



 підпис стейкхолдера

ТІШКІНА Яна Директор відділу маркетингових досліджень
 Олександрівна «4Service Group Україна»




 підпис стейкхолдера

Рецензії, відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	стор. 4 з 27		

1. Профіль освітньо-професійної програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1.	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний авіаційний університет Факультету економіки та бізнес-адміністрування Кафедра маркетингу
1.2.	Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр маркетингу
1.3.	Офіційна назва освітньо-професійної програми	Електронний маркетинг
1.4.	Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців навчання (денна форма навчання) / 4 роки 6 місяців навчання (заочна форма навчання)
1.5.	Акредитаційна інституція	Міністерство освіти і науки України, рішення Акредитаційна комісії від 25.05.2012р. №96 Сертифікат НД №1191115 від 30.08.2017
1.6.	Період акредитації	До 01.07.2022р.
1.7.	Цикл/рівень	6 рівень Національної рамки кваліфікацій України (НРК України), перший цикл Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA), 6 рівень Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL).
1.8.	Передумови	<p>1. Вступ на навчання на освітню програму на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</p> <p>2. Вступ на навчання на скорочений термін освітньої програми здійснюється на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») з перезарахунком кредитів ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.</p> <p>Умови вступу визначаються Правилами</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 5 з 27	


		прийому до НАУ, затвердженими вченою радою Університету.
1.9.	Форма навчання	очна, заочна
1.10	Мова(и) викладання	Українська та англійська
1.11	Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОПП	http://nau.edu.ua/

Розділ 2. Ціль освітньо-професійної програми


2.1.	<p>Мета ОП «Електронний маркетинг» відповідає місії НАУ, у якій наголошується, щодо внеску НАУ у розвиток суспільства на національному та міжнародному рівнях через генерацію нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти та надання високоякісних освітніх та науково-дослідних послуг при підготовці бакалаврів маркетингу, які здатні розв'язувати комплексні проблеми розробки, виробництва, просування продукції, володіють фундаментальними і професійними компетенціями з ефективного використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій та запровадження передових технологій, методологій та інструментів електронної комерції для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства на традиційному та електронному ринках з метою підвищення ефективності роботи будь-якої організації, в тому числі в авіаційній галузі</p>
------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми


3.1	<p>Предметна область (об'єкт діяльності, теоретичний зміст)</p>	<p><i>Об'єкт діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів з використанням елементів електронного маркетингу для ефективного управління підприємством у ринкових умовах.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття суті маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та електронного маркетингу, їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах традиційного та електронного ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу та електронного маркетингу</p>
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Програма має прикладну орієнтацію. Програма базується на загально-наукових положеннях економічної теорії, результатах сучасних соціологічних та маркетингових досліджень традиційного та електронного ринків, здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю,</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 6 з 27	


		необхідних для майбутньої професійної діяльності бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати професійні проблеми і задачі за умови оволодіння системою загальних та фахових компетентностей.
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми	<p>Загальна освіта та професійна підготовка в сфері маркетингу.</p> <p>Спеціальна освіта в сфері електронного маркетингу. Основний акцент програми - формування фахових компетентностей щодо вміння управляти маркетинговою діяльністю підприємства на основі використання сучасних досягнень у сфері науки та технологій в умовах розвитку цифрового суспільства, процесів глобалізації, а також становлення соціально-відповідального бізнесу.</p> <p>Дисципліни та програми засновані на теоретичних знаннях, які тісно пов'язані з практичними навичками. Програма дозволяє студентам набути необхідних навичок в організації маркетингової діяльності на різних рівнях управління та функціонуванні системи електронного маркетингу в економічних, маркетингових, виробничо-збутових та аналітичних підрозділах підприємств різних галузей економіки</p> <p><i>Ключові слова:</i> ринок, товар, реклама, маркетингові дослідження, просування, маркетингове ціноутворення, комплекс маркетингу, електронний ринок, маркетингові інформаційні системи, інформаційно-комунікаційні технології</p>
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	<p>Структура програми передбачає оволодіння системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Освітньо-професійна, базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням актуального стану економіки та бізнес-аналітики на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторі економіки, опануванні сучасних професійних знань в галузі цифрових маркетингових технологій, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	стор. 7 з 27		


		<p>наукова кар'єра в сфері маркетингу, цифрового маркетингу, реклами, підприємництва, міжнародного маркетингу.</p> <p>Програма передбачає вивчення управлінського, маркетингового, економічного, аналітично-прикладного та економіко-математичного апарату проведення маркетингових досліджень на традиційному та електронному ринках.</p> <p>При реалізації даної програми значна увага приділяється навичкам формування маркетингового мислення та комунікаційних здібностей для провадження ефективної маркетингової діяльності бізнес-суб'єктів на всіх типах ринків.</p>
Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
4.1.	Придатність до працевлаштування	<p>Випускники отримують можливість працевлаштування на підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в межах відповідної спеціальності та обіймати посади в інших секторах економіки.</p>
4.2.	Подальше навчання	<p>Можливість продовження навчання за програмами другого циклу вищої освіти (НРК України - 7 рівень, FQ-EHEA - другий цикл, EQF LLL - 7 рівень).</p> <p>Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.</p>
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1.	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	<p><i>Методи, засоби та технології:</i></p> <p>Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо</p> <p>Проблемно-орієнтоване навчання, яке передбачає формулювання та вирішення проблеми під час лекцій, розв'язання ситуативних задач на практичних заняттях, дослідження проблеми під час самостійної роботи здобувачів вищої освіти, самопідготовка із використанням мережі Інтернет, підготовка наукових доповідей, участь у наукових дискусіях, робота у комп'ютерних класах, практична підготовка.</p> <p>Застосування технологій інтерактивних форм</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	стор. 8 з 27		


		<p>навчання, що реалізуються за допомогою комп'ютерної техніки з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій на основі Інтернету, шляхом проведення занять з використанням чат-технологій; конференцій, семінарів, ділових ігор, практикумів й інших форм навчальних занять.</p> <p>Практико-орієнтоване навчання через різні види практик на підприємствах, установах та організаціях різних форм власності на підставі договорів про проходження практики.</p> <p>Інформаційні технології навчання: робота здобувачів вищої освіти у спеціалізованих кабінетах облаштованих мультимедійним обладнанням, що забезпечує можливість проведення інтерактивних лекцій та віртуальних практичних занять, застосування пошукової методики здобуття нових знань, організації проектної роботи, проведення комп'ютеризованого тестового контролю якості знань.</p> <p>Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, підготовку наукових праць (статей, доповідей (виступів) на наукових та науково-практичних конференціях), залучення студентів до виконання розділів науково-дослідницьких робіт на кафедрі.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, засоби технологічного, інформаційного, інструментального та організаційного забезпечення освітнього процесу необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
5.2.	Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень студента здійснюється за шкалою навчального закладу (від 0 до 100 балів), національною шкалою та шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).</p> <p>Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання за допомогою комп'ютера або дистанційних засобів навчання, захист індивідуальних робіт, письмові екзамени, диференційовані заліки, звіти із практичних</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 9 з 27	


		<p>робіт та практик, реферати, захист курсових робіт, презентації, захист кваліфікаційної роботи тощо.</p> <p>Система оцінювання результатів навчання передбачає визначення якості виконаних здобувачами вищої освіти усіх запланованих видів навчальних робіт і рівня набутих ними знань та вмінь. Критерії оцінювання визначаються для кожного освітнього компонента та фіксуються у нормативних документах університету (робочі програми навчальних дисциплін тощо).</p>
Розділ 6. Програмні компетентності		
6.1.	Інтегральні компетентності	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.
6.2.	Загальні компетентності (ЗК)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 10 з 27	


		<p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних 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>
6.3.	Фахові компетентності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	<p align="center">стор. 11 з 27</p>		


		<p>впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ФК15. Здатність до розуміння змісту і характеру професійної діяльності маркетолога на промисловому, споживчому та електронному ринках товарів і послуг та прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.</p> <p>ФК16. Здатність виявляти знання та розуміння інформаційно-аналітичних методів, які мають практичне застосування в ринковому середовищі і реалізують тісний зв'язок аналітики і прогнозування фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.</p> <p>ФК17. Здатність виявляти знання та розуміння можливостей інформаційно-комунікаційних технологій як способів дослідження соціально-економічних процесів і явищ, використання сучасного програмного забезпечення при прийнятті маркетингових рішень в професійної діяльності.</p> <p>ФК18. Здатність обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування управлінських структур, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набуті цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення.</p> <p>ФК19. Здатність формувати систему інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства та застосовувати онлайн засоби, методи і алгоритми збору та обробки інформації, необхідної для проведення аналізу ринку, поведінки споживачів, конкурентів та ринкових суб'єктів в тому числі</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 12 з 27	


		<p>авіаційних підприємств в сучасних ринкових умовах.</p> <p>ФК20. Здатність до проведення аналітичної обробки результатів фінансово-господарської діяльності підприємств та визначати фінансові і маркетингові ризики, аналізувати і структурувати економічні явища та наслідки з точки зору сучасних теоретичних, організаційно-методичних основ обліку та оподаткування</p> <p>ФК21. Здатність розуміти особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, застосувати основні засоби і методи планування та організації збуту на електронному ринку, налагоджувати комунікації за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет та планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах, розробляти стратегії та оптимально вибирати інструменти та методи ефективного оптимізування веб-сайтів, збирати, аналізувати, вимірювати, подавати та тлумачити інформацію про відвідувачів веб-сайтів з метою прийняття дієвих маркетингових рішень для ринкових суб'єктів в тому числі підприємств авіаційної галузі.</p>
Розділ 7. Програмні результати навчання		
7.1.	Програмні результати навчання	<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	<p align="center">стор. 13 з 27</p>		


		<p>суб'єктів.</p> <p>ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН17. Демонструвати навички письмової та</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	стор. 14 з 27		


		<p>усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПРН19. Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи.</p> <p>ПРН20. Володіти методами інформаційно-аналітичної обробки даних за допомогою яких розв'язувати практичні маркетингові задачі</p> <p>ПРН21. Усвідомлювати особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави, знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати наслідки реалізації макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур, розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН22. Уміти виявляти розуміння сутності концепції сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз комерційних зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки ринкових суб'єктів на традиційному та електронному ринку.</p> <p>ПРН23. Вміти обґрунтувати інноваційні та ефективні методи, застосовувати особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, формувати оптимальний асортимент, вміти підвищувати обсяги продажу, укріпити репутацію та сформувати попит на новий продукт компаній в мережі Інтернет, використовувати інструменти маркетингу для просування програмних продуктів та послуг на електронному ринку для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 15 з 27	

		<p>ПРН24. Володіти інноваційними методами збору, аналізу та прогнозування фінансово-економічних результатів діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтовувати господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств.</p> <p>ПРН25. Розвивати електронну модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах електронних технологій, використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств, вміти планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та практичного застосування маркетингового інструментарію для підприємств різних галузей, в тому числі авіаційних</p>
Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
8.1.	Кадрове забезпечення	<p>Кадрове забезпечення відповідає ліцензійним вимогам.</p> <p>У освітньому процесі беруть участь доктори та кандидати наук, професори та доценти, старші викладачі й асистенти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та за іншими спеціальностями галузі управління та адміністрування, які забезпечують підготовку бакалаврів маркетингу</p>
8.2.	Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічна база випускової кафедри маркетингу дозволяє забезпечити підготовку фахівців на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти за ОПП:</p> <ul style="list-style-type: none"> – забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів; – усі комп'ютери кафедри під'єдані до локальної мережі університету з можливістю виходу в глобальну мережу Інтернет; – для ведення документації та забезпечення навчально-методичними матеріалами освітнього процесу кафедра в достатній кількості

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 16 з 27	

		забезпечена оргтехнікою (принтерами, МФУ, сканерами); – навчальна лабораторія «Інформаційні системи маркетингу» оснащена технічними засобами та спеціалізованим програмним забезпеченням, необхідними приладами та обладнанням. Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, гуртожитками забезпечені усі потребуючі, наявна соціальна інфраструктура включає спортивний комплекс, пункти харчування, центр творчості, медпункт.
8.3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Забезпечення навчальною та навчально-методичною літературою, доступ до фахових періодичних видань професійного спрямування, впровадження електронного каталогу та можливість роботи з електронними підручниками здійснюється за рахунок фондів Науково-технічної бібліотеки НАУ (http://www.lib.nau.edu.ua), Відповідне інформаційне та навчально-методичне забезпечення розташоване на освітній платформі Google Classroom. Офіційний сайт НАУ: http://nau.edu.ua/ ; репозитарій НАУ: https://er.nau.edu.ua ; офіційний сайт кафедри: http://iem.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu
Розділ 9. Академічна мобільність		
9.1.	Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність забезпечується відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Національному авіаційному університеті та Положення про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті та реалізується на підставі двосторонніх договорів про співпрацю між Національним авіаційним університетом та закладами вищої освіти в Україні.
9.2.	Міжнародна кредитна мобільність	На основі договорів про співробітництво між Національним авіаційним університетом та зарубіжними закладами вищої освіти: Реалізується угода про співробітництво з Європейською вищою школою бізнесу (Польща) № 13-2017/UA-PL
9.3.	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Особливості вступу на навчання іноземців та осіб без громадянства регулюються Правилами прийому до Національного авіаційного університету. Забезпечення прийому на всі форми навчання іноземних громадян,


	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 17 з 27	

		координацію та контроль підготовки іноземних фахівців за різними освітніми рівнями на профільних факультетах та в навчально-наукових інститутах університету та його відокремлених структурних підрозділах здійснює Інститут міжнародного співробітництва та освіти Національного авіаційного університету (http://imco.nau.edu.ua).
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


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

2.1. Перелік освітніх компонент, 240 кредитів ЄКТС

Код в/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3		4
Обов'язкові компоненти				
Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки				
ОК1	Історія української державності та культури	3,0	Екзамен	1
ОК2	Господарське право	3,0	Диференційований залік	1
ОК3	Ділова українська мова	3,0	Екзамен	2
ОК4	Фахова іноземна мова	4,5	Диференційований залік, Екзамен	1,2
ОК5	Філософія	3,5	Екзамен	4
ОК6	Фізичне виховання та самовдосконалення	3,0	Диференційований залік	2
Цикл професійної та практичної підготовки				
ОК7	Вища математика	5,0	Екзамен	1
ОК8	Теорія ймовірностей і математична статистика	5,0	Екзамен	2
ОК9	Інформаційно-комунікаційні системи і технології	4,5	Екзамен	1
ОК10	Маркетинг: Вступ до спеціальності	3,5	Диференційований залік	1
ОК11	Соціально-ринкові комунікації	4,5	Диференційований залік	1
ОК12	Організаційна поведінка	4,5	Диференційований залік	1
ОК13	Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	4,5	Диференційований залік	2
ОК14	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	4,5	Диференційований залік	2
ОК15	Маркетинг	6,5	Диференційований залік, Екзамен	2,3
ОК15.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1,0	Захист	3
ОК16	Облік і оподаткування	4,5	Диференційований залік	3
ОК17	Основи маркетингу на транспорті	3,5	Диференційований залік	3
ОК18	Бізнес-планування та бюджетування	4,5	Диференційований залік	4
ОК19	Міжнародні ринки і світова торгівля	4,5	Диференційований залік	5
ОК20	Маркетингове ціноутворення	4,5	Екзамен	5
ОК21	Маркетинг розподілу	5,0	Екзамен	6


	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 18 з 27	

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3		4
OK22	Маркетинг промислового підприємства	3,5	Екзамен	7
OK22.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства»	1,0	Захист	7
OK23	Маркетинг інновацій	4,5	Екзамен	7
OK24	Міжнародний маркетинг	4,5	Екзамен	7
OK25	Логістика та управління ланцюгами постачань	4,5	Диференційований залік	7
OK26	Холістичний маркетинг	3,0	Екзамен	8
OK26.1	Курсова робота з дисципліни «Холістичний маркетинг»	1,0	Захист	8
OK27	Хеджування маркетингових ризиків	3,5	Екзамен	8
OK28	Інтернет-маркетинг	3,5	Екзамен	3
OK29	Аутсорсинг на електронному ринку	3,5	Екзамен	3
OK30	Маркетингові дослідження в Інтернеті	3,5	Екзамен	4
OK30.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження в Інтернеті»	1,0	Захист	4
OK31	Основи управління якістю товарів	3,5	Екзамен	4
OK32	Основи розробки та просування сайту	3,0	Диференційований залік	4
OK33	Маркетинг програмного продукту	3,5	Екзамен	5
OK33.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг програмного продукту»	1,0	Захист	5
OK34	Управління споживчим досвідом (customer experience)	4,5	Екзамен	5
OK35	Комунікації в Інтернеті	4,0	Екзамен	6
OK35.1	Курсова робота з дисципліни «Комунікації в Інтернеті»	1,0	Захист	6
OK36	Послуги на електронному ринку	4,0	Екзамен	6
OK37	Брендинг в Digital середовищі	4,0	Диференційований залік	6
OK38	Лояльність клієнтів авіакомпаній	4,0	Диференційований залік	6
OK39	Управління Інтернет-проектами	4,0	Екзамен	8
OK40	Фаховий тренінг з електронного маркетингу	3,0	Диференційований залік	2
OK41	Маркетингово-дослідницька практика	3,0	Диференційований залік	4
OK42	Переддипломна практика	3,0	Диференційований залік	8
OK43	Кваліфікаційна робота	7,5	Захист	8
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180 кредитів ЄКТС		
Вибіркові компоненти *				
ВК1		4,0	Диференційований залік	
ВК2		4,0	Диференційований залік	
...	
ВК15		4,0	Диференційований залік	
Загальний обсяг вибірових компонент 60 кредитів ЄКТС				
Загальний обсяг освітньо-професійної програми 240 кредитів ЄКТС				

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 19 з 27	


2.2. Перелік освітніх компонент для скороченого терміну навчання, 180 кредитів ЄКТС

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3		4
Обов'язкові компоненти				
Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки				
OK5	Філософія	3,5	Екзамен	4
Цикл професійної та практичної підготовки				
OK15	Маркетинг	2,0	Екзамен	3
OK15.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1,0	Захист	3
OK16	Облік і оподаткування	4,5	Диференційований залік	3
OK17	Основи маркетингу на транспорті	3,5	Диференційований залік	3
OK18	Бізнес-планування та бюджетування	4,5	Диференційований залік	4
OK19	Міжнародні ринки і світова торгівля	4,5	Диференційований залік	5
OK20	Маркетингове ціноутворення	4,5	Екзамен	5
OK21	Маркетинг розподілу	5,0	Екзамен	6
OK22	Маркетинг промислового підприємства	3,5	Екзамен	7
OK22.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства»	1,0	Захист	7
OK23	Маркетинг інновацій	4,5	Екзамен	7
OK24	Міжнародний маркетинг	4,5	Екзамен	7
OK25	Логістика та управління ланцюгами постачань	4,5	Диференційований залік	7
OK26	Холістичний маркетинг	3,0	Екзамен	8
OK26.1	Курсова робота з дисципліни «Холістичний маркетинг»	1,0	Захист	8
OK27	Хеджування маркетингових ризиків	3,5	Екзамен	8
OK28	Інтернет-маркетинг	3,5	Екзамен	3
OK29	Аутсорсинг на електронному ринку	3,5	Екзамен	3
OK30	Маркетингові дослідження в Інтернеті	3,5	Екзамен	4
OK30.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження в Інтернеті»	1,0	Захист	4
OK31	Основи управління якістю товарів	3,5	Екзамен	4
OK32	Основи розробки та просування сайту	3,0	Диференційований залік	4
OK33	Маркетинг програмного продукту	3,5	Екзамен	5
OK33.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг програмного продукту»	1,0	Захист	5
OK34	Управління споживчим досвідом (customer experience)	4,5	Екзамен	5
OK35	Комунікації в Інтернеті	4,0	Екзамен	6
OK35.1	Курсова робота з дисципліни «Комунікації в Інтернеті»	1,0	Захист	6
OK36	Послуги на електронному ринку	4,0	Екзамен	6
OK37	Брендинг в Digital середовищі	4,0	Диференційований залік	6
OK38	Лояльність клієнтів авіакомпаній	4,0	Диференційований залік	6
OK39	Управління Інтернет-проектами	4,0	Екзамен	8
OK41	Маркетингово-дослідницька практика	3,0	Диференційований залік	4
OK42	Переддипломна практика	3,0	Диференційований залік	8
OK43	Кваліфікаційна робота	7,5	Захист	8
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		120 кредитів ЄКТС		

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 20 з 27	

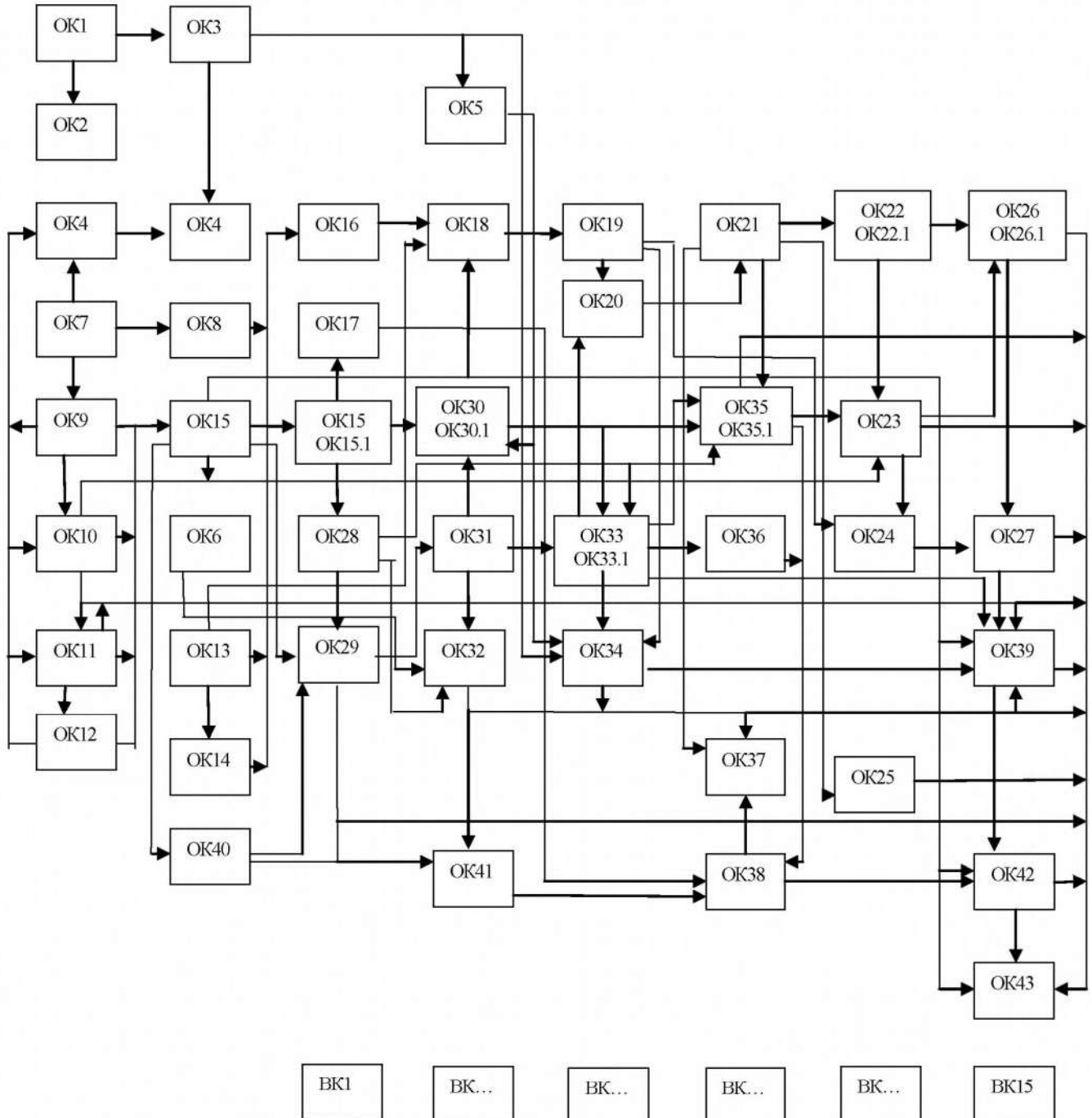
Код в/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3		4
Вибіркові компоненти*				
ВК1		4,0	Диференційований залік	
ВК2		4,0	Диференційований залік	
...	
ВК15		4,0	Диференційований залік	
Загальний обсяг вибірових компонент 60 кредитів ЄКТС				
Загальний обсяг освітньо-професійної програми 180 кредитів ЄКТС				


**Реалізація права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін та створення індивідуальної освітньої траєкторії регламентується законом України «Про вищу освіту» та внутрішніми нормативними актами НАУ.*

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
	<p>стор. 21 з 27</p>		

2.4. Структурно-логічна схема ОПП


1 семестр 2 семестр 3 семестр 4 семестр 5 семестр 6 семестр 7 семестр 8 семестр



	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021</p>
			<p>стор. 22 з 27</p>

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування теоретичних положень і методів.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.</p> <p>Кваліфікаційна робота оприлюднюється в репозитарії НАУ.</p> <p>Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>


	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 25 з 27	

6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти НАУ

Якість освітньо-професійної програми визначається внутрішньою системою забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності НАУ, яка функціонує згідно з Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності, затвердженого рішенням вченої ради Університету від 28.11.2018 (протокол № 8) та відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (Розділ V Забезпечення якості вищої освіти, ст.16).

7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

1. «Про освіту»: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. «Про вищу освіту»: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 25.06.2020 р. № 519 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341».
4. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>
5. Класифікація видів економічної діяльності : ДК 009:2010. – На заміну ДК 009:2005; Чинний від 2012-01-01. – (Національний класифікатор України).
6. Класифікатор професій ДК 003:2010. – На заміну ДК 003:2005; Чинний від 2010-11-01. –(Національний класифікатор України).
7. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування, спеціальність 075 «Маркетинг». Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 15.12.2018 № 1343

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Першого (бакалаврського) рівні вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 03 - 2021
		стор. 27 з 27	

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				

№ _____

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Електронний маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Сучасний бізнес змінює свої акценти та все більше приділяє уваги електронним засобам комунікації зі своїми цільовими аудиторіями. Саме тому, підготовка здобувачів вищої освіти в сфері електронного маркетингу стає все більш актуальною для розвитку бізнесу та його невід'ємною частиною. Омніканальність комунікацій з клієнтами підвищує конкурентоспроможність бізнесу, надає більше можливостей і підвищує ефективність маркетингу.

Кадровий і науково-методичний потенціал випускової кафедри маркетингу Факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету здатний здійснювати якісну підготовку фахівців з електронного маркетингу, які надзвичайно затребувані вітчизняним ринком праці.

Основним акцентом освітньо-професійної програми є формування фахової компетентності щодо вміння управляти маркетинговою діяльністю підприємства на основі використання сучасних досягнень у сфері науки та технологій в умовах розвитку цифрового суспільства, процесів глобалізації, а також становлення соціально-відповідального бізнесу.

Основна ціль освітньо-професійної програми відповідає місії Національного авіаційного університету при підготовці фахівців, які володіють фундаментальними і професійними компетенціями з ефективного використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій та запровадження передових технологій, методологій та інструментів електронної комерції для ефективного управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання будь-якої галузі за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

Дисципліни, включені до освітньо-професійної програми, спрямовані на оволодіння цифровими інформаційними та комунікаційними технологіями, а також програмними продуктами, необхідними для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Послідовність вивчення дисциплін, перелік і обсяг нормативних та вибіркових освітніх компонентів, графік навчального процесу відповідає логічно-структурній схемі підготовки здобувачів вищої освіти. Результати, визначені освітньо-професійною програмою, повністю відповідають вимогам і запитам потенційних стейкхолдерів.

Освітньо-професійна програма «Електронний маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблена кафедрою маркетингу Національного авіаційного університету є актуальною, відповідає вимогам стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг», дозволяє забезпечувати сучасну і якісну фахову підготовку бакалаврів маркетингу і сприяє забезпеченню відповідності завдань та результатів навчання запитам потенційних роботодавців (стейкхолдерів).

Радник генерального директора, корпоративний секретар
Державного підприємства «Міжнародний аеропорт «Бориспіль»



— К.В. Астахов

**на освітньо-професійну програму «Електронний маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

Потреби підприємств у постійному ретельному аналізі ринків збуту, прийнятті нестандартних рішень у завоюванні споживачів і підвищенні рівня конкурентоспроможності товарів та послуг, веденні ефективної організаційно-економічної маркетингової політики, стрімке поширення маркетингової діяльності у сфері інтернет-простору підвищують привабливість професії інтернет-маркетолога та при цьому висувають нові вимоги до практичної складової змісту підготовки фахівців з маркетингу.

Освітньо-професійна програма «Електронний маркетинг», розроблена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного авіаційного університету і враховує такі сучасні тенденції розвитку маркетингу та сфери торгівлі і послуг як діджиталізація, розвиток сучасних маркетингових інформаційних систем та методів аналізу маркетингової інформації, орієнтується на соціально-відповідальний бізнес, в тому числі за рахунок управління маркетингом на основі формування довіри та врахування інтересів стейкхолдерів. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає діючим вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.

Зміст освітньо-професійної програми містить низку дисциплін, вивчення яких дає можливість оволодіти інструментарієм електронного маркетингу в напрямі здійснення комерційної діяльності на основі використання сучасних технологій та новітніх можливостей ринку. Змістове наповнення та логічна послідовність викладення навчальних компонент освітньої програми забезпечує набуття здобувачами вищої освіти визначених програмних компетентностей та відповідає Стандарту вищої освіти, враховує специфіку сучасного економічного розвитку і вимоги роботодавців.

Загалом, освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» відповідає місії Національного авіаційного університету та базується на загально-наукових положеннях економічної теорії, результатах сучасних соціологічних та маркетингових досліджень традиційного та електронного ринків, здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю, необхідних для майбутньої професійної діяльності бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати професійні проблеми і задачі за умови оволодіння системою загальних та фахових компетентностей.

Керівник відділу діджитальних рішень клієнтського сервісу
«4Service Group Україна»

Я. О. Тішкіна

