

Про зміни в освітньо-професійних програмах  
ID ЄДЕБО 7675, ID ЄДЕБО 18126,  
навчальних планах на їх основі

Відповідно до пункту 2 частини другої статті 16, частини п'ятої статті 10 Закону України «Про вищу освіту», пункту 4.3 Положення про освітні програми Національного авіаційного університету, уведеного в дію наказом ректора від 07.05.2020 № 148/од, наказу голови комісії з реорганізації НАУ, в.о. ректора від 20.12.2023 № 549/од «Про щорічний перегляд освітньо-професійних програм», на підставі службової записки в.о. завідувача кафедри маркетингу від 13.02.2024 № 11.01.03/13, з метою провадження освітнього процесу в університеті згідно з вимогами та рекомендаціями нормативних документів, задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти та заінтересованих сторін (стейкхолдерів)

НАКАЗУЮ:

1. Внести зміни в опис освітньо-професійної програми (далі – ОПП) «Маркетинг» (ID ЄДЕБО 7675), першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», затвердженої Вченою радою університету 24.03.2021, протокол № 3 (із змінами відповідно до наказу ректора від 14.06.2022 № 164/од), навчальні плани підготовки здобувачів вищої освіти на її основі (додаток 1).

2. Внести зміни в опис освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг» (ID ЄДЕБО 18126) першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», затвердженої Вченою радою університету 24.03.2021, протокол № 3 (із змінами відповідно до наказу ректора від 14.06.2022 № 164/од), навчальні плани підготовки здобувачів вищої освіти на її основі. (додаток 2).

3. Увести в дію зміни, зазначені в пункті 1 та пункті 2 цього наказу, з 01.07.2024.

4. В.о. завідувача випускової кафедри та гаранту ОПП, зазначеної у пункті 1 цього наказу, забезпечити врахування внесених змін в навчально-методичному забезпеченні освітніх компонентів.

5. Контроль за виконанням наказу покласти на проректора з навчальної роботи Анатолія Полухіна.

Голова комісії з реорганізації НАУ,  
в.о. ректора

Володимир ШУЛЬГА

Додаток 1  
до наказу голови комісії з  
реорганізації НАУ, в.о.ректора  
2024 №

Зміни в описі ОПП «Маркетинг» (ID ЄДЕБО 7675),  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (із змінами відповідно до наказу ректора  
від 14.06.2022 № 164/од), навчальних планів на її основі

1. У частині «Обов'язкові компоненти» пункту 2.1. «Перелік освітніх компонентів» опису ОПП, навчальних планів на її основі: №НБ-6-075-1/21, №НБ-6-075-1/21-стн, №НБ-6-075-1/21-і, №СВ-6-075-1/21, №СВ-6-075-1/21-fs, №НБ-6-075-1з/21:

ОК25: замість навчальної дисципліни «Логістика та управління ланцюгами постачань» ввести навчальну дисципліну «Менеджмент» (без зміни обсягу освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, форми підсумкового контролю, семестру, в якому реалізується освітній компонент, обсягу роботи студентів та розподілу годин за курсами і семестрами) та закріпити викладання навчальної дисципліни за кафедрою 75.

2. У пункті 6.3. ФК18 викласти в новій редакції:

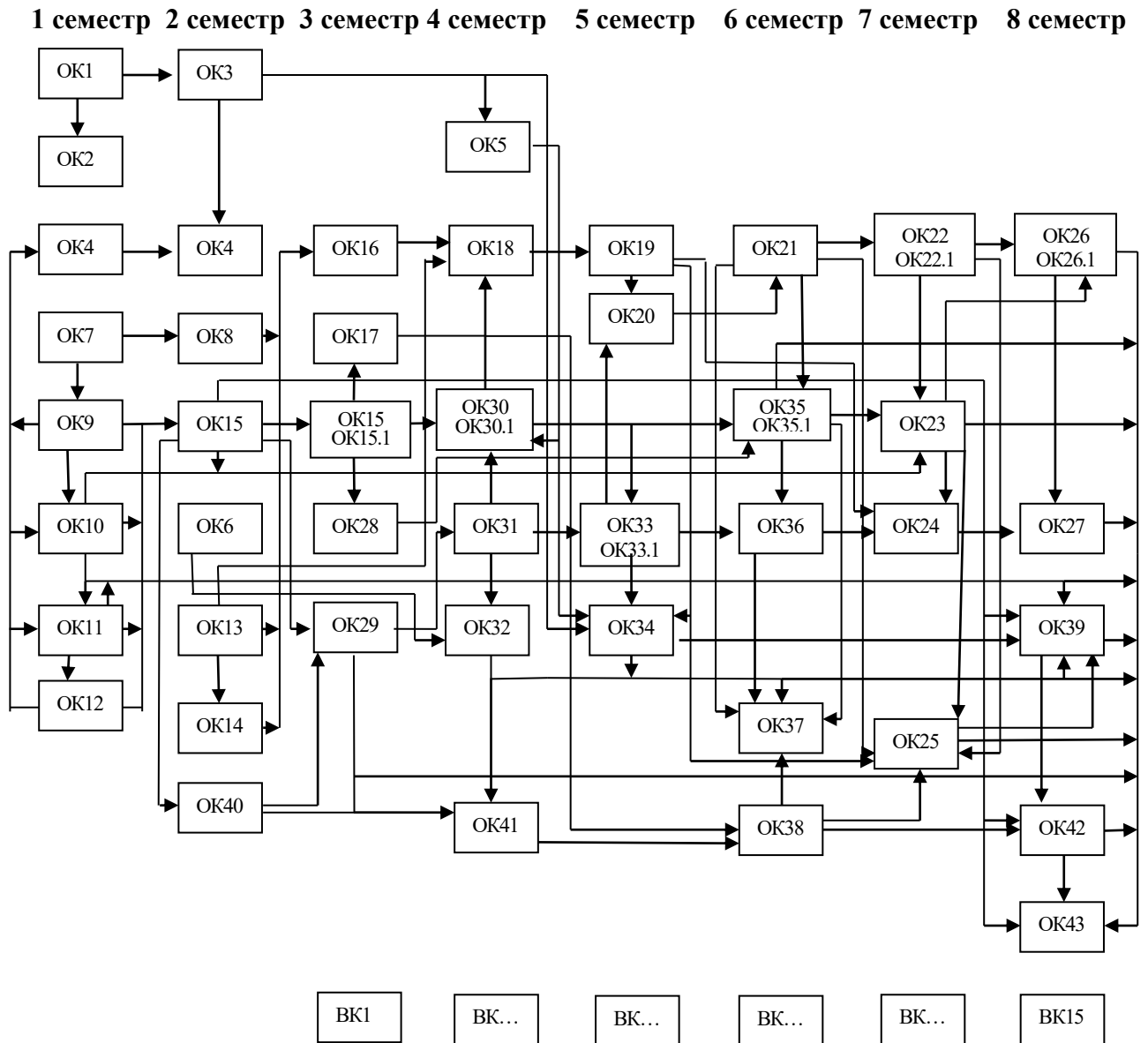
ФК18. Здатність обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування та ефективного управління підприємствами, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки, обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набутти цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення.

3. У пункті 7.1. ПРН24 викласти в новій редакції:

ПРН 24. Володіти інноваційними методами збору, аналізу, прогнозування та управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтовувати управлінські та господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів менеджменту, обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств.

4. Пункт 2.4. «Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми» викласти в новій редакції:

#### 2.4. Структурно-логічна схема ОПП







Зміни в описі ОПП «Електронний маркетинг» (ID ЄДЕБО 18126),  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (із змінами відповідно до наказу ректора  
від 14.06.2022 № 164/од), навчальних планах на її основі

1. У частині «Обов'язкові компоненти» пункту 2.1. «Перелік освітніх компонентів» опису ОПП, навчальних планах на її основі: №НБ-6-075-2/21, №НБ-6-075-2/21-стн, №НБ-6-075-2з/21:

1.1. ОК 25: замість навчальної дисципліни «Логістика та управління ланцюгами постачань» ввести навчальну дисципліну «Менеджмент» (без зміни обсягу освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, форми підсумкового контролю, семестру, в якому реалізується освітній компонент, обсягу роботи студентів та розподілу годин за курсами і семестрами) та закріпити викладання навчальної дисципліни за кафедрою 75.

1.2. ОК 40: назву навчальної дисципліни «Фаховий тренінг з електронного маркетингу» замінити на «Фаховий тренінг з маркетингу» (без зміни обсягу освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, форми підсумкового контролю, семестру, в якому реалізується освітній компонент, обсягу роботи студентів та розподілу годин за курсами і семестрами).

2. У пункті 6.3. ФК18 викласти в новій редакції:

ФК18. Здатність обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування та ефективного управління підприємствами, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набути цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення.

3. У пункті 7.1. ПРН 24 викласти в новій редакції:

ПРН 24. Володіти інноваційними методами збору, аналізу, прогнозування та управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтовувати управлінські та господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів менеджменту, обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств», яка враховує забезпечення оволодінням інструментами та методами управління підприємствами споживчого і промислового ринків.

4. Пункт 2.4. «Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми» викласти в новій редакції:

### 2.4. Структурно-логічна схема ОПП

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

