

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Електронний маркетинг»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

**за спеціальністю D5 «Маркетинг»
(075 «Маркетинг»)**

**галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
(07 «Управління та адміністрування»)**


СМЯ КАІ ОП Б ID65439 – 01 – 2025

Освітньо-професійна програма
затверджена Вченою радою КАІ
протокол № _____ від _____ 2025 р.
Вводиться в дію наказом в.о. президента КАІ
від _____ 2025 р. № _____

В.о. президента

_____ Ксенія СЕМЕНОВА

КИЇВ

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 2 з 27	

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою КАІ
протокол № _____
від «_____» _____ 2025 р.
Голова НМР КАІ, проректор з наукових
досліджень та трансферу технологій

_____ Сергій ГНАТЮК

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету (інституту)
_____ протокол № _____
від «_____» _____ 2025 р.
Голова Вченої ради
факультету _____

_____ Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ

ПОГОДЖЕНО


Кафедрою _____
протокол засідання № _____
від «_____» _____ 2025 р.

Завідувач кафедри _____
_____ Кирил АСТАХОВ

ПОГОДЖЕНО

Студентською радою
факультету (інституту) _____
протокол № _____
від «_____» _____ 2025 р.

Голова Студентської ради факультету
_____ Діана МИКИТЧЕНКО

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 3 з 27	

ПЕРЕДМОВА

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

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Ярмолюк Олексій Ярославович	к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу	_____
		(підпис)

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Ороховська Людмила Анатоліївна	д.філос.н., професор, професор кафедри маркетингу	_____
		(підпис)

Радченко Ганна Анатоліївна	к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу	_____
		(підпис)

<i>прізвище, ім'я, по батькові</i>	<i>науковий ступінь, вчене звання, посада, кафедра...</i>	_____
		(підпис)

Борисенко Дар'я Вікторівна	здобувачка вищої освіти за освітньою програмою, група Б-075-23-1-МР	_____
		(підпис)

ЗОВНІШНІ СТЕЙКГОЛДЕРИ

<i>прізвище, ім'я, по батькові</i>	<i>науковий ступінь, вчене звання, посада.</i>	_____
		(підпис)

*підприємство (організація,
установа)*

<i>прізвище, ім'я, по батькові</i>	<i>науковий ступінь, вчене звання, посада.</i>	_____
		(підпис)


*підприємство (організація,
установа)*

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкголдерів (додаються).

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	<p>Шифр документа</p>	<p>СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025</p>
	<p>стор. 4 з 27</p>		

1. Профіль освітньо-професійної програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1.	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державне некомерційне підприємство «Державний університет «Київський авіаційний інститут». Факультет економіки та бізнес-адміністрування Кафедра маркетингу
1.2.	Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітній ступінь бакалавр. Освітня кваліфікація бакалавр маркетингу
1.3.	Офіційна назва освітньо-професійної програми	Електронний маркетинг
1.4.	Тип диплому, обсяг освітньо-професійної програми, форми здобуття освіти та розрахункові строки виконання освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС. Очна (денна), заочна форми здобуття освіти. Розрахункові строки виконання освітньої програми: – 4 роки (денна форма здобуття освіти); – 4 роки (заочна форма здобуття освіти)
1.5.	Акредитаційна інституція	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Дата видачі сертифіката про акредитацію освітньої програми Маркетинг № 9697 від 23.12.2024
1.6.	Період акредитації	До 01.07.2028
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 (вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітньою програмою)	Вступ на навчання на освітньо-професійну програму обсягом 240 кредитів ЄКТС здійснюється на базі повної загальної середньої освіти. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): – спеціальностей галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», а також спеціальності C1 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 5 з 27	


		<p>– на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.</p> <p>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.</p> <p>Умови вступу регулюються Правилами прийому до КАІ.</p>
1.9.	Мови викладання	Українська
1.10.	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	http://kai.edu.ua

Розділ 2. Мета (цілі) освітньо-професійної програми


2.1.	Ціль освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг» відповідає місії КАІ, у якій наголошується, щодо внеску КАІ 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
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми

3.1	Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	<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>
-----	----------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 6 з 27	

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, необхідних для майбутньої професійної діяльності бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати професійні проблеми і задачі за умови оволодіння системою загальних та фахових компетентностей та інструментами електронного маркетингу.</p>
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми	<p>Загальна освіта та професійна підготовка в сфері маркетингу. 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, digital маркетинг, електронний маркетинг, 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</p>


	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 7 з 27	

		<p>ефективної маркетингової діяльності. 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 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. Можливості працевлаштування та подальшого навчання випускників		
4.1.	Можливості працевлаштування	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.
4.2.	Подальше навчання	Можливість продовження навчання за програмами другого циклу вищої освіти (НРК України - 7 рівень, FQ-EHEA - другий цикл, EQF LLL - 7 рівень). Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.
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</p>

		<p>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 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> <p>Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється за допомогою дистанційних технологій через освітній контент <i>Google</i></p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	<p>Шифр документа</p>	<p>СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025</p>
	<p>стор. 9 з 27</p>		

		<p><i>Classroom</i> та сервіс онлайн-конференцій <i>Meet</i></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 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>
<p>Розділ 6. Програмні компетентності</p>		
6.1.	Інтегральна компетентність (ІК)	<p>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</p>
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>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	<p>Шифр документа</p>	<p>СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025</p>
	<p>стор. 10 з 27</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>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 інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні</p>

маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.


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.

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.

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.

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 набути цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення.

ФК19. Здатність формувати систему інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства та застосовувати онлайн засоби, методи і алгоритми збору та обробки інформації, необхідної для проведення аналізу

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 12 з 27	


		<p>ринку, поведінки споживачів, конкурентів та ринкових суб'єктів в тому числі 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 (ПРН)	<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 суб'єктів.</p> <p>ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та</p>
------	-------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>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 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</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>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 обґрунтовувати 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>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 електрону модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 15 з 27	

		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
Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
8.1.	Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає ліцензійним вимогам. У освітньому процесі беруть участь доктори та кандидати наук, професори та доценти, старші викладачі й асистенти за спеціальністю D5 «Маркетинг» та за іншими спеціальностями галузі управління та адміністрування, які забезпечують підготовку бакалаврів маркетингу
8.2.	Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база випускової кафедри маркетингу дозволяє забезпечити підготовку фахівців на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти за ОПП: – забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів; – усі комп'ютери кафедри під'єднані 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 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


	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 16 з 27	

		<p>періодичних видань професійного спрямування, впровадження електронного каталогу та можливість роботи з електронними підручниками розміщеними у репозитарії КАІ (https://er.nau.edu.ua), Науково-технічної бібліотеці КАІ (http://www.lib.nau.edu.ua), Відповідне інформаційне та навчально-методичне забезпечення розташоване на освітній платформі Google Classroom. Офіційний сайт КАІ : http://nau.edu.ua/; офіційний сайт кафедри: https://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu</p>
Розділ 9. Академічна мобільність		
9.1.	Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність забезпечується відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у КАІ та Положення про організацію освітнього процесу в КАІ та реалізується на підставі двосторонніх договорів про співпрацю між КАІ та закладами вищої освіти в Україні.
9.2.	Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до Постанови Кабінету міністрів України «Про затвердження Порядку реалізації права на академічну мобільність» від 12.08.2015 № 579 (із змінами) Програми міжнародної академічної мобільності Erasmus+
9.3.	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземці та особи без громадянства, які проживають в Україні на законних підставах, мають право на здобуття вищої освіти за ОП нарівні з громадянами України на підставі міжнародних договорів. Умовою зарахування іноземців на навчання для отримання певного освітнього ступеня є володіння ними мовою навчання на рівні, достатньому для засвоєння навчального матеріалу. Іноземці зараховуються на навчання за освітньо-професійною програмою до КАІ за результатами співбесіди


2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік освітніх компонентів

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти				


	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 17 з 27	

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3	4	5
OK1	Історія української державності та культури	3,0	Екзамен	1
OK2	Господарське право	3,0	Диф. залік	1
OK3	Ділова українська мова	3,0	Екзамен	2
OK4	Фахова іноземна мова	4,5	Диф. залік	1
			Екзамен	2
OK5	Філософія	3,5	Екзамен	4
OK6	Фізичне виховання та самовдосконалення	3,0	Диф. залік	2
OK7	Вища математика	5,0	Екзамен	1
OK8	Теорія ймовірностей і математична статистика	5,0	Екзамен	2
OK9	Інформаційно-комунікаційні системи і технології	4,5	Екзамен	1
OK10	Вступ до спеціальності	3,5	Диф. залік	1
OK11	Соціально-ринкові комунікації	4,5	Диф. залік	1
OK12	Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	4,5	Диф. залік	1
OK13	Організаційна поведінка	4,5	Диф. залік	2
OK14	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	4,5	Диф. залік	2
OK15	Менеджмент	4,5	Диф. залік	2
OK16.1	Маркетинг	5,0	Екзамен	3
OK16.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетинг»	1,0	Захист	3
OK17	Облік і оподаткування	4,0	Диф. залік	3
OK18	Бізнес-планування та бюджетування	3,0	Диф. залік	4
OK19.1	Маркетингові дослідження	3,0	Екзамен	4
OK19.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»	1,0	Захист	4
OK20	Основи маркетингу на транспорті	3,0	Екзамен	4
OK21	Міжнародні ринки і світова торгівля	4,0	Диф. залік	5
OK22	Маркетингове ціноутворення	4,5	Екзамен	5
OK23	Маркетинг в авіації	3,0	Екзамен	6
OK24.1	Маркетинг розподілу	3,5	Екзамен	7
OK24.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетинг розподілу»	1,0	Захист	7
OK25	Маркетинг інновацій	3,5	Екзамен	7
OK26	Міжнародний маркетинг	4,0	Екзамен	7
OK27	Маркетинг промислового підприємства	3,0	Диф. залік	7
OK28.1	Холістичний маркетинг	3,0	Екзамен	8
OK28.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Холістичний маркетинг»	1,0	Захист	8
OK29	Хеджування маркетингових ризиків	3,5	Екзамен	8

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 18 з 27	

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3	4	5
OK30	Інтернет маркетинг	4,0	Екзамен	3
OK31	Основи розробки та просування сайту	4,0	Екзамен	3
OK32	Маркетинг клієнтського досвіду	3,5	Диф. залік	4
OK33	Маркетинг програмного продукту	5,0	Екзамен	5
OK34	Послуги на електронному ринку	4,5	Екзамен	5
OK35	Інтернет комунікації	5,0	Екзамен	6
OK36	SEO маркетинг	4,0	Екзамен	6
OK37	Маркетинг соціальних мереж	3,0	Диф. залік	6
OK38	Брендинг в Digital середовищі	3,0	Диф. залік	6
OK39	Управління Інтернет-проектами	3,0	Диф. залік	7
OK40*	Базова загальновійськова підготовка	10,0	Визначається програмою дисципліни	4
OK41	Фаховий тренінг з маркетингу	3,0	Диф. залік	2
OK42	Маркетингово-дослідницька практика	3,0	Диф. залік	4
OK43	Переддипломна практика	3,0	Диф. залік	8
OK44	Кваліфікаційна робота	7,5	Захист	8
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180 кредитів ЄКТС		

Вибіркові компоненти**				
ВК1	Дисципліна 1	4,0	Диф. залік	3
ВК2	Дисципліна 2	4,0	Диф. залік	3
ВК3	Дисципліна 3	4,0	Диф. залік	3
ВК4	Дисципліна 4	4,0	Диф. залік	5
ВК5	Дисципліна 5	4,0	Диф. залік	5
ВК6	Дисципліна 6	4,0	Диф. залік	5
ВК7	Дисципліна 7	4,0	Диф. залік	6
ВК8	Дисципліна 8	4,0	Диф. залік	6
ВК9	Дисципліна 9	4,0	Диф. залік	6
ВК10	Дисципліна 10	4,0	Диф. залік	7
ВК11	Дисципліна 11	4,0	Диф. залік	7
ВК12	Дисципліна 12	4,0	Диф. залік	7
ВК13	Дисципліна 13	4,0	Диф. залік	8
ВК14	Дисципліна 14	4,0	Диф. залік	8
ВК15	Дисципліна 15	4,0	Диф. залік	8
Загальний обсяг вибірових компонентів		60 кредитів ЄКТС		
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240 кредитів ЄКТС		

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 19 з 27	

Примітки:

** Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» (ОК40) введена до освітньої програми на підставі п. 7 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734.*

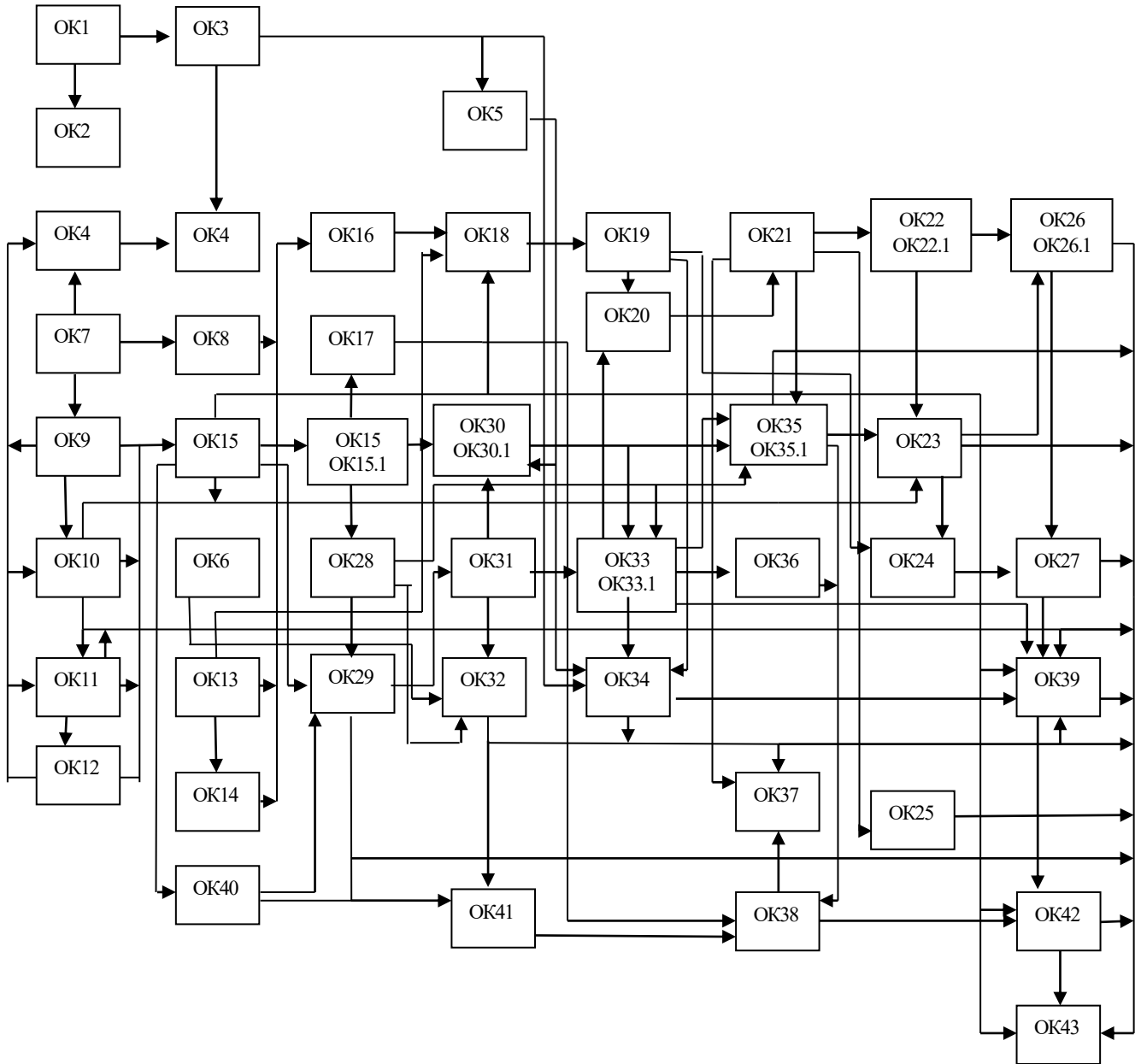
Форми організації освітнього процесу, види навчальних занять, кількість годин, відведених на їх опанування, форми та засоби поточного і підсумкового контролю визначаються програмою навчальної дисципліни, яка розробляється на основі типової програми навчальної дисципліни «Базова загальновійськова підготовка», розробленої та затвердженої Генеральним штабом Збройних Сил України за погодженням з Міністерством освіти і науки України (з урахуванням норм постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734).

Здобувачі вищої освіти, для яких проходження базової загальновійськової підготовки не є обов'язковим і які в таких випадках не проходять її добровільно (з урахуванням норм постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734), вивчають дисципліни, які є альтернативними базовій загальновійськовій підготовці. Ці дисципліни спрямовані на додаткове (поглиблене, розширене, доповнене тощо) досягнення програмних результатів навчання та здобуття компетентностей, які відповідно досягаються та здобуваються за рахунок вивчення інших обов'язкових навчальних дисциплін освітньої програми, що передують вивченню чи вивчаються у тому ж семестрі, що й альтернативні базовій загальновійськовій підготовці навчальні дисципліни. Формування переліку навчальних дисциплін, які є альтернативними базовій загальновійськовій підготовці, визначається внутрішніми нормативними актами КАІ.

*** 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 КАІ.*


2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (обговорюється)

3 семестр 4 семестр 5 семестр 6 семестр 7 семестр 8 семестр




ВК1
ВК...
ВК...
ВК...
ВК...
ВК15

**OK.... Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» проводиться з метою здобуття громадянами України військово-облікової спеціальності, навичок і умінь, необхідних для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України*

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 21 з 27	


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 НТБ КАІ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»</p>	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
		стор. 23 з 27	

Примітка.

Згідно з п. 8 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734, сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності (відповідно і здобутих компетентностей), пов'язаних з базовою загальновійськовою підготовкою (ОК40), визначаються типовою програмою навчальної дисципліни “Базова загальновійськова підготовка”, яка розробляється та затверджується Генеральним штабом Збройних Сил України за погодженням з Міністерством освіти і науки України.

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД 65439 – 01 – 2025
	стор. 25 з 27		

6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти КАІ

Якість освітньо-професійної програми визначається внутрішньою системою забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності КАІ, яка функціонує згідно з Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності та відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (із змінами; розділ V «Забезпечення якості вищої освіти», стаття 16).

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

1. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-p>
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-p>
5. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457 (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
6. Наказ Міністерства освіти і науки України від 19.11.2024 № 1625 «Про особливості запровадження змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 року № 1021» (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/re43178?an=1>
9. Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 № 842 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>
11. Наказ Міністерства освіти і науки України від 15.05.2024 № 686 «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1013-24#Text>
12. Постанова Кабінету міністрів України від 21.06.2024 № 734 «Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF>
13. 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 (із змінами)

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІ РЕВІЗІЙ

№ 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				