

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 ID68618 – 01 – 2025

Освітньо-професійна програма
затверджена Вченою радою КАІ
протокол № 9 від 18.06. 2025 р.

Вводиться в дію наказом в.о. президента КАІ
від 18.06. 2025 р. № 348/09



В.о. президента

Ксенія СЕМЕНОВА

КИЇВ

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
стор. 2 з 28			

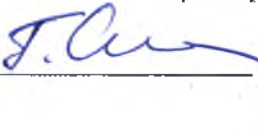
Враховано Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень,
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»;
спеціальність 075 «Маркетинг».

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

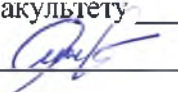
Науково-методичною радою КАІ
протокол № 4
від « 17 » 06 2025 р.
Голова НМР КАІ, проректор з наукових
досліджень та трансферу технологій

 Сергій ГНАТЮК

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету (інституту)

ФЕБА
протокол № 2
від « 22 » 04 2025 р.

Голова Вченої ради
факультету  Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ

ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу
протокол засідання № 9
від « 18 » 04 2025 р.

Завідувач кафедри 
Кирил АСТАХОВ

ПОГОДЖЕНО

Студентською радою
факультету (інституту) ФЕБА

протокол № 16
від « 22 » 04 2025 р.

Голова Студентської ради факультету
 Діана МИКИТЧЕНКО

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
		стор. 3 з 28	

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою освітньо-професійної програми спеціальності D5 «Маркетинг» у складі:

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Ярмолук 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)

Гречка Мирослава Юріївна здобувачка вищої освіти за
освітньою програмою, група
Б-075-22-2-ЕМ


(підпис)

ЗОВНІШНІ СТЕЙКГОЛДЕРИ

Гонтарев Роман Петрович директор
ТОВ «АЕРОХЕНДЛІНГ»


(підпис)

Коток Дар'я Андріївна директор
ТОВ «ІНФОКУС»


(підпис)

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкголдерів (додаються).

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 4 з 28	

1. Профіль освітньо-професійної програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1.	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	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 Електронний маркетинг № 4452 від 19.05.2023
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 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. – на основі ступеня «фаховий молодший

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 5 з 28	

		бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. Умови вступу регулюються Правилами прийому до KAI.
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 статуту KAI, у якому наголошується, що метою освітньої діяльності Університету є відтворення інтелектуального потенціалу держави шляхом підготовки висококваліфікованих на національному та міжнародному ринках праці фахівців для закладів освіти і наукових установ, органів державної влади, підприємств усіх форм власності за рівнями вищої освіти (доктор філософії (кандидат наук), магістр, бакалавр, молодший бакалавр), освітнім ступенем фахового молодшого бакалавра в усіх сферах освіти (відповідно до міжнародних і вітчизняних класифікацій 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)	<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. <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
-----	--	---

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 6 з 28	

		Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	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.
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми	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. 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 <i>Ключові слова:</i> ринок, товар, реклама,

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 7 з 28	

		маркетингові дослідження, просування, маркетингове ціноутворення, комплекс маркетингу, електронний ринок, digital маркетинг, електронний маркетинг, маркетингові інформаційні системи, інформаційно-комунікаційні технології
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	Структура програми передбачає оволодіння системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його ефективної маркетингової діяльності. Освітньо-професійна програма, 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. Програма передбачає вивчення управлінського, маркетингового, економічного, аналітично-прикладного та економіко-математичного апарату проведення маркетингових досліджень на традиційному та електронному ринках. 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.
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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 8 з 28	

		післядипломної освіти.
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1.	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	<i>Методи, засоби та технології:</i> Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень, тощо 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, робота у комп'ютерних класах, практична підготовка. 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. Практико-орієнтоване навчання через різні види практик на підприємствах, установах та організаціях різних форм власності на підставі договорів про проходження практики. 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. 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 виконанні розділів науково-дослідницьких робіт на кафедрі. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 9 з 28	

		системи і програмні продукти, засоби технологічного, інформаційного, інструментального та організаційного забезпечення освітнього процесу необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється за допомогою дистанційних технологій через освітній контент <i>Google Classroom</i> та сервіс онлайн-конференцій <i>Meet</i>
5.2.	Оцінювання	Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в KAI, рейтингової системи оцінювання набутих студентом знань та вмінь, визначеної для кожної навчальної дисципліни її робочою програмою, інших нормативних документів. 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). 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. 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).
Розділ 6. Програмні компетентності		
6.1.	Інтегральна компетентність (ІК)	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)	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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
		стор. 10 з 28	

		і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
6.3.	Фахові компетентності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 11 з 28	

		ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні 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. <i>Додаткові фахові компетентності, пов'язані з особливостями освітньої програми:</i> 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 в електронному середовищі.
--	--	---

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 12 з 28	

		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 професійній 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 набуті 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 ринку, поведінки споживачів, конкурентів та ринкових суб'єктів в тому числі авіаційних підприємств в сучасних ринкових умовах. ФК20. 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.
Розділ 7. Програмні результати навчання		
7.1.	Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
		стор. 13 з 28	

	фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта. ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН14. Виконувати функціональні обов’язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові
--	---

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 14 з 28	

		рішення. ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. <i>Додаткові програмні результати навчання, пов'язані з особливостями освітньої програми:</i> ПРН19. Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи. ПРН20. Володіти методами інформаційно-аналітичної обробки даних за допомогою яких розв'язувати практичні маркетингові задачі 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. 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.
--	--	--

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 15 з 28	

		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. 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. 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 в контексті концепції сталого розвитку.
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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
		стор. 16 з 28	

		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 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
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	Іноземці та особи без громадянства, які

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
		стор. 17 з 28	

	вищої освіти	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
--	--------------	---

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ID68618 – 01 – 2025
		стор. 18 з 28	

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				
OK1	Університетські студії	3,0	Диф. залік	1
OK2	Основи авіації	3,0	Диф. залік	2
OK3	Інтенсивний курс англійської мови	6,0	Диф. залік	1
			Екзамен	2
OK4	Фахова іноземна мова	7,0	Диф. залік	3
			Екзамен	4
OK5	Історія, філософія та етика технічного прогресу: український дискурс	4,0	Диф. залік	1
OK6	Академічна та публічна комунікація українською мовою	4,0	Диф. залік	1
OK7	Господарське право	3,0	Диф. залік	1
OK8	Вища математика	4,0	Екзамен	1
OK9	Теорія ймовірностей і математична статистика	4,5	Екзамен	2
OK10	Інформаційно-комунікаційні системи і технології	3,0	Екзамен	1
OK11	Вступ до спеціальності	3,0	Диф. залік	1
OK12	Соціально-ринкові комунікації	4,0	Екзамен	1
OK13	Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	3,0	Диф. залік	1
OK14	Організаційна поведінка	4,5	Екзамен	2
OK15	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	4,5	Диф. залік	2
OK16	Менеджмент	4,5	Диф. залік	2
OK17.1	Маркетинг	5,0	Екзамен	3
OK17.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетинг»	1,0	Захист	3
OK18	Облік і оподаткування	4,5	Диф. залік	4
OK19	Бізнес-планування та бюджетування	3,0	Диф. залік	4
OK20.1	Маркетингові дослідження	3,0	Екзамен	4
OK20.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»	1,0	Захист	4
OK21	Основи маркетингу на транспорті	3,5	Екзамен	4
OK22	Міжнародні ринки і світова торгівля	4,0	Диф. залік	5
OK23	Маркетингове ціноутворення	4,5	Екзамен	5
OK24	Маркетинг в авіації	3,0	Екзамен	6
OK25.1	Маркетинг розподілу	3,5	Екзамен	7
OK25.2	Курсова робота з навчальної дисципліни	1,0	Захист	7

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 19 з 28	

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
	«Маркетинг розподілу»			
OK26	Маркетинг інновацій	3,5	Екзамен	7
OK27	Міжнародний маркетинг	4,0	Екзамен	7
OK28	Маркетинг промислового підприємства	3,0	Диф. залік	7
OK29.1	Холістичний маркетинг	3,0	Екзамен	8
OK29.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Холістичний маркетинг»	1,0	Захист	8
OK30	Хеджування маркетингових ризиків	3,5	Екзамен	8
OK31	Інтернет маркетинг	4,5	Екзамен	3
OK32	Основи розробки та просування сайту	4,0	Екзамен	3
OK33	Маркетинг клієнтського досвіду	4,5	Диф. залік	4
OK34.1	Маркетинг програмного продукту	3,5	Екзамен	5
OK34.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетинг програмного продукту»	1,0	Захист	5
OK35	Послуги на електронному ринку	4,5	Екзамен	5
OK36.1	Інтернет комунікації	4,0	Екзамен	6
OK36.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Інтернет комунікації»	1,0	Захист	6
OK37	SEO маркетинг	4,0	Екзамен	6
OK38	Маркетинг соціальних мереж	3,0	Диф. залік	6
OK39	Брендинг в Digital середовищі	3,0	Диф. залік	6
OK40	Управління Інтернет-проектами	3,0	Диф. залік	7
OK41*	Базова загальновійськова підготовка (теоретична підготовка)	3,0	Визначається програмою дисципліни	4
OK41	Data-driven маркетинг	3,0	Диф. залік	4
OK42	Фаховий тренінг з маркетингу	3,0	Диф. залік	2
OK43	Маркетингово-дослідницька практика	3,0	Диф. залік	4
OK44	Переддипломна практика	3,0	Диф. залік	8
OK45	Кваліфікаційна робота	7,5	Захист	8
Загальний обсяг обов’язкових компонентів:		180 кредитів ЄКТС		

Вибіркові компоненти**				
BK1	Дисципліна 1	4,0	Диф. залік	3
BK2	Дисципліна 2	4,0	Диф. залік	3
BK3	Дисципліна 3	4,0	Диф. залік	3
BK4	Дисципліна 4	4,0	Диф. залік	5
BK5	Дисципліна 5	4,0	Диф. залік	5
BK6	Дисципліна 6	4,0	Диф. залік	5

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID ID68618 – 01 – 2025
		стор. 20 з 28	

BK7	Дисципліна 7	4,0	Диф. залік	6
BK8	Дисципліна 8	4,0	Диф. залік	6
BK9	Дисципліна 9	4,0	Диф. залік	6
BK10	Дисципліна 10	4,0	Диф. залік	7
BK11	Дисципліна 11	4,0	Диф. залік	7
BK12	Дисципліна 12	4,0	Диф. залік	7
BK13	Дисципліна 13	4,0	Диф. залік	8
BK14	Дисципліна 14	4,0	Диф. залік	8
BK15	Дисципліна 15	4,0	Диф. залік	8
Загальний обсяг вибіркового компонента		60 кредитів ЄКТС		
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240 кредитів ЄКТС		

Примітки:

* Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» (OK41) 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.

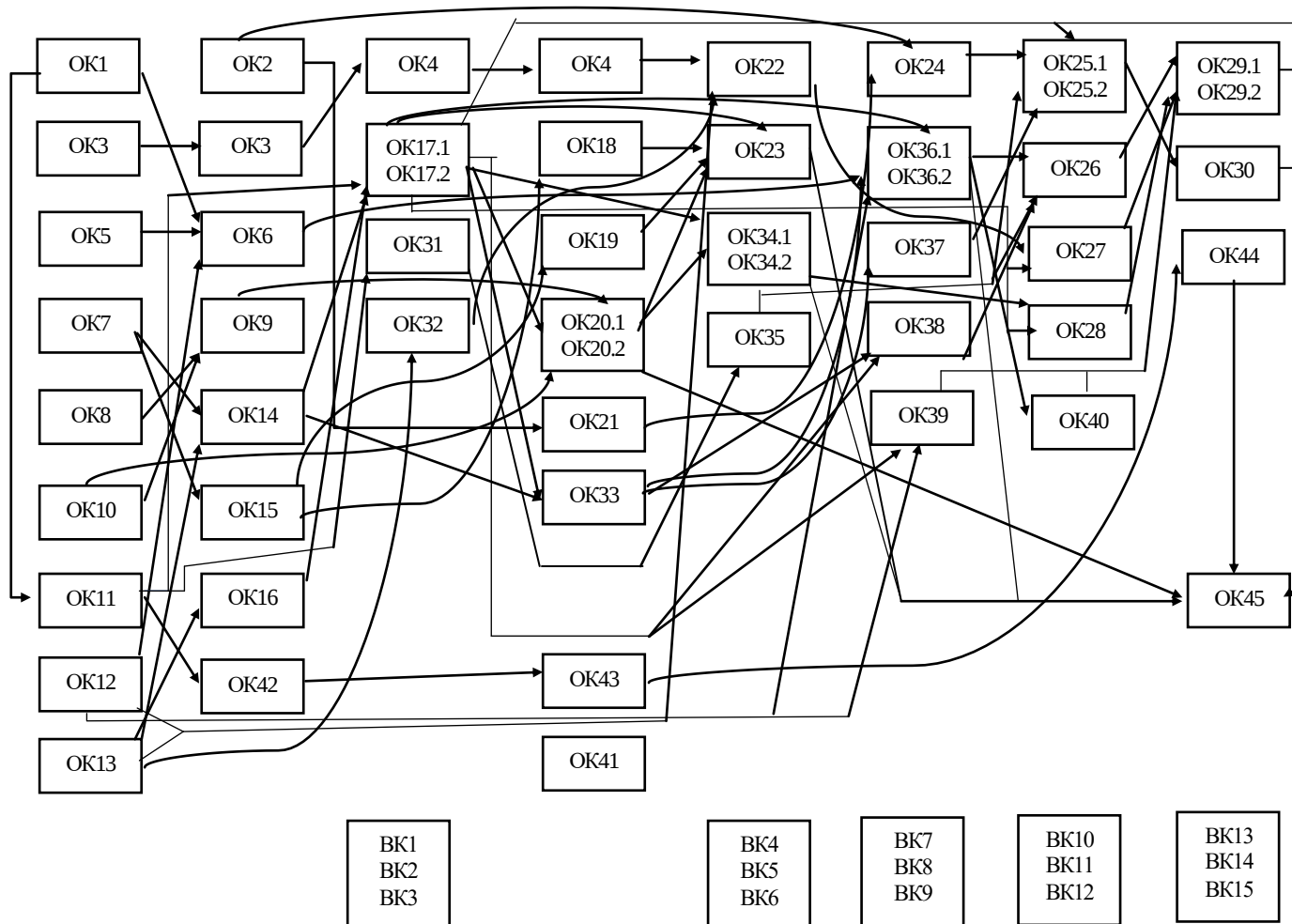
Форми організації освітнього процесу, види навчальних занять, кількість годин, відведених на їх опанування, форми та засоби поточного і підсумкового контролю визначаються програмою навчальної дисципліни, яка розробляється на основі типової програми навчальної дисципліни «Базова загальновійськова підготовка», 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 KAI.

** 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 KAI.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

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

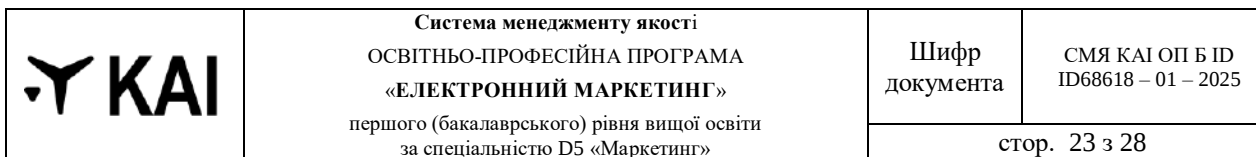


**OK41 Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» проводиться з метою здобуття громадянами України військово-облікової спеціальності, навичок і умінь, необхідних для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України*

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ІД68618 – 01 – 2025
		стор. 22 з 28	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота оприлюднюється в репозитарії НТБ КАІ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.



Шифр
документа

СМЯ КАІ ОП Б ІД
ID68618 – 01 – 2025

стр. 23 з 28

[illegible]

Примітка.

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД ІД68618 – 01 – 2025
		стор. 24 з 28	

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 (ОК41), 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.

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)

Бизначаються згідно з п.8 Порядку, затвердженого постановою КМУ від
21.06.2024 № 734

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 результатів навчання), пов'язаних з базовою загальновійськовою підготовкою (ОК41), 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 ІД68618 – 01 – 2025
		стор. 26 з 28	

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 РЕЄСТРАЦІЇ 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				



РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Електронний маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальності D5 «Маркетинг» (075 «Маркетинг»)
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
(07 «Управління та адміністрування»)

У сучасних умовах розвитку економіки особливого значення набуває саме сфера електронного маркетингу, адже ефективність діяльності підприємств, дедалі більше залежить від глибокого розуміння цифрового ринку, змін у поведінці клієнтів в онлайн-середовищі, швидкості адаптації до технологічних інновацій та конкурентоспроможності у глобальному цифровому просторі. Все більше компаній переходять на електронні канали, що стає запорукою успішної маркетингової діяльності в умовах високої конкуренції та інформаційного перевантаження.

Саме тому, підготовка спеціалістів, які здатні ефективно досліджувати цифрові ринки, керувати онлайн-взаємодією з клієнтами, налаштовувати цифрові воронки продажів є пріоритетною задачею кафедри маркетингу КАІ. Особливо це важливо для авіаційної галузі, яка вимагає від маркетологів здатності швидко адаптуватися до цифрових трансформацій, ефективно управляти клієнтським досвідом через цифрові платформи та використовувати big data, аналітику й автоматизовані рішення для підвищення лояльності та продажів. У цій сфері електронний маркетинг стає не лише каналом комунікації, а й інструментом стратегічного планування, CRM, цифрового обслуговування клієнтів, онлайн-букінгу, керування ланцюгами постачання, автоматизації продажів, мобільних сервісів та персоналізованих пропозицій і постійного супроводу клієнтів.

Подана на рецензію освітньо-професійна програма «Електронний маркетинг» повністю відповідає місії університету та викликам сучасного ринку. Вона базується на високому науково-методичному та кадровому потенціалі кафедри, а також на багаторічному досвіді підготовки маркетологів для різних секторів економіки. Програма враховує інноваційні підходи в освіті й відповідає високим стандартам підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних працювати з цифровою аналітикою, поведінкою онлайн-споживачів і підприємств, розробляти цифрові стратегії просування, керувати партнерськими платформами та впроваджувати автоматизовані рішення.

Унікальність програми полягає у практичній спрямованості на формування професійних компетентностей в управлінні маркетинговою діяльністю з використанням цифрових інструментів, аналітики, соціальних мереж, мобільних платформ та хмарних сервісів. Програма також враховує контекст цифрового суспільства, глобалізаційних процесів та формування соціально-відповідального підходу до ведення бізнесу.

Структура програми розроблена відповідно до чинних стандартів вищої освіти, логічно побудована, інтегрує як обов'язкові, так і вибіркові освітні компоненти, та забезпечує поступове формування знань, умінь і практичних навичок відповідно до вимог ринку. Сильними сторонами програми є орієнтація на реальні бізнес-кейси, міждисциплінарність і активне залучення експертів з цифрового маркетингу, IT та авіаційної галузі.

Результати навчання, передбачені програмою, цілком узгоджуються з очікуваннями стейкхолдерів — випускники отримують потужну основу для працевлаштування в компаніях, що працюють у сфері авіації, логістики, технологій та консалтингу, з можливістю побудови кар'єри в умовах глобалізованої цифрової економіки.

Водночас для подальшого вдосконалення освітньо-професійної програми рекомендовано приділити ще більше уваги тематиці цифрової сталості, цифровій безпеці, а також активному впровадженню міжнародного контексту (із врахуванням трендів e-commerce, digital export, smart mobility).

Отже, освітньо-професійна програма «Електронний маркетинг», розроблена кафедрою маркетингу КАІ за спеціальністю D5 «Маркетинг (075 «Маркетинг»)), відповідає сучасним стандартам вищої освіти, ринковим вимогам та запитам роботодавців. Вона забезпечує якісну підготовку фахівців, здатних реалізовувати інноваційні маркетингові стратегії та гнучко управляти маркетинговою діяльністю у складних умовах мінливого цифрового середовища, зокрема і в авіаційній галузі, де цифрова трансформація є не просто трендом, а необхідністю

10 липня 2025р.

З повагою,

Генеральний директор



Роман ГОНТАРЕВ

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Електронний маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Сучасні умови функціонування економіки, стрімкий розвиток цифрових технологій, розширення ринків збуту та зростання ролі інтернет-простору вимагають від підприємств постійного аналізу кон'юнктури ринку, впровадження нестандартних рішень та ефективної організаційно-економічної маркетингової політики. Тому професія інтернет-маркетолога стає дедалі привабливішою та водночас потребує оновлення змісту підготовки фахівців з маркетингу, з акцентом на практичну складову. Надана на рецензування освітньо-професійна програма «Електронний маркетинг», представлена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу ДУ «КАІ» враховує сучасні тенденції розвитку цифрової економіки, діджиталізації бізнесу, розбудови маркетингових інформаційних систем, а також зростаючу потребу у формуванні соціально відповідального бізнесу, орієнтованого на інтереси стейкхолдерів.

Освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» у фокусі електронного маркетингу відповідає місії ДУ «КАІ» щодо сприяння відновленню та розвитку економічного потенціалу країни шляхом підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно реалізовувати маркетингову діяльність у цифровому середовищі для підприємств усіх форм власності, різних галузей і ринків.

Опанування сучасного електронного маркетингу в межах програми сприяє вирішенню комплексних завдань цифрової трансформації бізнесу завдяки формуванню інноваційного ринкового мислення та набуттю релевантних програмних компетентностей. Програма охоплює сучасні методики, цифрові інструменти та технології, необхідні для ефективного планування, реалізації та моніторингу маркетингової діяльності як на національному, так і на глобальному рівнях.

Структурно-логічна схема освітніх компонентів засвідчує послідовність і наукову обґрунтованість формування навчального контенту, що забезпечує системне та глибоке засвоєння знань. Науково-методична складова програми базується на результатах актуальних досліджень з електронного маркетингу, цифрової аналітики, управління брендом в онлайн-середовищі, що відповідає сучасним вимогам ринку праці.

Програма передбачає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії для здобувачів вищої освіти, що підсилює її гнучкість та практичну спрямованість. Програмні результати навчання у повному обсязі відображають здатність майбутніх фахівців з електронного маркетингу до ефективної професійної діяльності, адаптованої до вимог цифрової економіки.

Інформаційно-методичне забезпечення програми відповідає вимогам сучасної вищої школи, має актуальний зміст, базується на новітніх цифрових та комунікаційних технологіях. Особливу увагу в програмі приділено поєднанню теоретичних знань із практичними навичками у сфері електронного маркетингу, управління онлайн-комунікаціями, побудови цифрової присутності бренду та аналізу поведінки споживачів в онлайн-середовищі.

Таким чином, освітньо-професійна програма «Електронний маркетинг» є сучасною, логічно структурованою та актуальною. Вона забезпечує високий рівень професійної підготовки фахівців, відповідає запитам ринку праці й очікуванням роботодавців і безумовно рекомендується до впровадження в освітній процес «Державний університет «Київський авіаційний інститут».

