

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



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«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 ID68619– 01 – 2025

Освітньо-професійна програма
затверджена Вченою радою КАІ
протокол № 8 від 21.05. 2025 р.
Вводиться в дію наказом в.о. президента КАІ
від 26.05. 2025 р. № 331/ог



В.о. президента

Ксенія СЕМЕНОВА

КИЇВ

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 2 з 26	

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 № 5
від «20» 05 2025 р.
Голова НМР КАІ, проректор з наукових
досліджень та трансферу технологій

 Сергій ГНАТЮК

ПОГОДЖЕНО

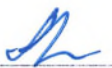
Вченою радою факультету (інституту)
ФЕБА
протокол № 2
від «22» 04 2025 р.
Голова Вченої ради
факультету _____

 Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ

ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу
протокол засідання № 9
від «19» 04 2025 р.

В.о. завідувача кафедри _____

 Кирил АСТАХОВ

ПОГОДЖЕНО

Студентською радою
факультету (інституту) ФЕБА
протокол № 16
від «22» 04 2025 р.
Голова Студентської ради факультету

 Діана МИКИТЧЕНКО

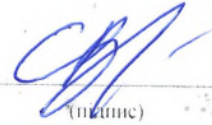
	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ID68619 – 01 – 2025
		стор. 3 з 26	

ПЕРЕДМОВА

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

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Сібрук Віктор Леонідович к.е.н., доцент, доцент
кафедри маркетингу

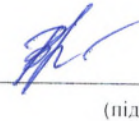

(підпис)

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Ороховська Людмила д.філос.н., професор,
Анатоліївна професор кафедри
маркетингу


(підпис)

Хороших Вікторія к.держ.упр., доцент, доцент
Валеріївна кафедри маркетингу


(підпис)

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


(підпис)

ЗОВНІШНІ СТЕЙКГОЛДЕРИ

Семенченко Володимир Директор,
Віталійович ТОВ «Міжнародний
аеропорт «Одеса»


(підпис)

Чигиринська Ольга Директор,
Валеріївна ТОВ «ЕДВІН ГЛОБАЛ»


(підпис)

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкголдерів (додаються).

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ KAI ОП Б ID68619 – 01 – 2025
		стор. 4 з 26	

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 бакалавра. Освітня кваліфікація бакалавр маркетингу
1.3.	Офіційна назва освітньо-професійної програми	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 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 «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 5 з 26	

		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 КАІ.
1.9.	Мови викладання	Українська, англійська
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 «Маркетинг» полягає у відтворенні потенціалу держави шляхом підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу для підприємств усіх форм власності, різних галузей економіки, споживчих, промислових, авіаційного ринків, здатних до вирішення комплексних завдань, які дозволяють досягати успіху на національному та міжнародному рівнях за рахунок оволодіння інноваційним економічним мисленням та відповідними програмними компетентностями.
------	---

Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми

3.1	Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	Об'єкт: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, набуття здатності вирішення комплексних завдань професійної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає отримання ґрунтовних знань та навичок управління маркетинговим інструментарієм. Теоретичний зміст предметної області: поняття суті маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; розроблення маркетингових стратегій, маркетингові дослідження функціонування ринкових суб'єктів
-----	--	--

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 6 з 26	

		на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних підходів, а саме: діалектичного, історико-логічного методів, методів системного аналізу, логічного, статистичного, прогнозування та інших. Інструменти та обладнання: сучасні інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для провадження досліджень та здійснення маркетингової діяльності
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	Програма має прикладну орієнтацію. Базується на загально-наукових положеннях економічної теорії, результатах сучасних соціологічних та маркетингових досліджень, необхідних для майбутньої професійної діяльності бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати професійні проблеми і задачі за умови оволодіння системою загальних та фахових компетентностей. Освітньо-професійна програма орієнтована на глибоку спеціальну професійну підготовку сучасних аналітиків, фахівців у сфері маркетингу, здатних до швидкої адаптації до мінливих умов бізнес-середовища.
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми	Фокус освітньо-професійної програми спрямовується на підготовку у фахівців з маркетингу необхідних навичок в організації маркетингової діяльності на різних рівнях управління. Ключові слова: маркетинг, ринок, товар, реклама, маркетингові дослідження, просування, маркетингове ціноутворення, комплекс маркетингу
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, базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням актуального стану економіки та бізнес-аналітики на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторі економіки,

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 7 з 26	

		орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра в сфері маркетингу, реклами, міжнародного та електронного маркетингу. Для здобуття професійних навичок містить цикл практичної підготовки здобувачів, що реалізується у формах виробничої практики на підприємствах-стейкхолдерах. Підготовка фахівців забезпечить: вивчення особливостей економічного, аналітично-прикладного та економіко-математичного інструментарію проведення маркетингових досліджень, здатність успішно конкурувати в сучасних умовах господарювання, 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 післядипломної освіти
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1.	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	Викладання та навчання здійснюється на засадах студентоцентрованого підходу, відповідальності, академічної культури та доброчесності. Проблемно-орієнтоване навчання, 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, участь у дискусіях, практична підготовка. Застосування технологій інтерактивних форм навчання, що реалізуються за допомогою комп'ютерної техніки з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій в

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 8 з 26	

		мережі Інтернет, шляхом проведення занять з використанням чат-технологій; конференцій, семінарів, ділових ігор, практикумів й інших форм навчальних занять, проведення комп'ютеризованого тестового контролю якості знань. Практико-орієнтоване навчання з застосуванням різних видів практик на підприємствах, установах та організаціях різних форм власності на підставі договорів про проходження практики. 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, залучення студентів до науково-дослідницької роботи на кафедрі. Інструменти та обладнання: 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. 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 КАІ, рейтингової системи оцінювання набутих студентом знань та вмінь, визначеної для кожної навчальної дисципліни її робочою програмою, інших нормативних документів. Система оцінювання результатів навчання передбачає визначення якості виконаних здобувачами вищої освіти усіх запланованих видів навчальних робіт і рівня набутих ними знань та вмінь.
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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 9 з 26	

		цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав 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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 10 з 26	

		прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. 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, електронному та авіаційному ринках 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
--	--	---

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 11 з 26	

		результатів діяльності підприємства, визначати фінансові і маркетингові ризики, аналізувати і структурувати економічні явища та наслідки з точки зору сучасних теоретичних, організаційно-методичних основ обліку та оподаткування 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 функціонування та ефективного управління підприємствами, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки, обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набутти цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення в контексті концепції сталого розвитку. ФК19. Здатність розуміти особливості товарної політики підприємства, формувати оптимальний асортимент, аналізувати та проектувати ефективні (дієві, двосторонні) комунікації зі споживачами товарів та послуг, розуміти, планувати і організовувати потокове управління ланцюгами поставок товарів і послуг, приймати оптимальні рішення щодо процесів ціноутворення та управління елементами комплексу маркетингу суб'єктів господарювання, які працюють на всіх видах ринків в сучасних умовах. ФК20. Здатність до збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для проведення ефективної маркетингової діяльності 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 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 «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 13 з 26	

	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, розуміти економічні категорії, закони, функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати особливості макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин, створення стійкої інфраструктури, сприяння сталій індустріалізації та інноваціям, активізація роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку. ПРН22. Уміти виявляти розуміння сутності концепції сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки споживачів і інших ринкових суб'єктів. ПРН23. Прогнозувати платоспроможний попит,
--	---

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 14 з 26	

		визначити перспективні цільові сегменти споживачів, обґрунтовувати інноваційні методи управління товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик підприємства на всіх типах ринків ПРН24. Володіти інноваційними методами збору, аналізу, прогнозування фінансово-економічних результатів діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтовувати управлінські та господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів менеджменту, обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств. ПРН25. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності 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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 15 з 26	

		обладнанням. Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, гуртожитками забезпечені усі потребуючі.
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 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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 16 з 26	

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	3,0	Диф. залік	2
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	4,0	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 «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 17 з 26	

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»			
ОК26	Маркетинг інновацій	3,5	Екзамен	7
ОК27	Міжнародний маркетинг	4,0	Екзамен	7
ОК28	Маркетинг промислового підприємства	3,0	Диф. залік	7
ОК29.1	Холістичний маркетинг	3,0	Екзамен	8
ОК29.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Холістичний маркетинг»	1,0	Захист	8
ОК30	Хеджування маркетингових ризиків	3,5	Екзамен	8
ОК31	Основи електронного маркетингу	4,5	Екзамен	3
ОК32	Маркетинг територій	4,0	Екзамен	3
ОК33	Поведінка споживача	4,5	Диф. залік	4
ОК34.1	Маркетингова товарна політика	4,0	Екзамен	5
ОК34.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика»	1,0	Захист	5
ОК35	Електронна комерція та маркетингплейси	4,5	Екзамен	5
ОК36.1	Маркетингові комунікації	4,0	Екзамен	6
ОК36.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації»	1,0	Захист	6
ОК37	Мерчандайзинг	3,0	Диф. залік	6
ОК38	Маркетинг послуг	3,0	Екзамен	6
ОК39	Соціально-відповідальний маркетинг	4,0	Диф. залік	6
ОК40	Брендінг	3,0	Диф. залік	7
ОК41*	Базова загальновійськова підготовка (теоретична підготовка)	3,0	Визначається програмою дисципліни	4
ОК42	Фаховий тренінг з маркетингу	3,0	Диф. залік	2
ОК43	Маркетингово-дослідницька практика	3,0	Диф. залік	4
ОК44	Переддипломна практика	3,0	Диф. залік	8
ОК45	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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 18 з 26	

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 вибірових компонентів		60 кредитів ЄКТС		
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240 кредитів ЄКТС		

Примітки:

** Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» (ОК41) 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.*

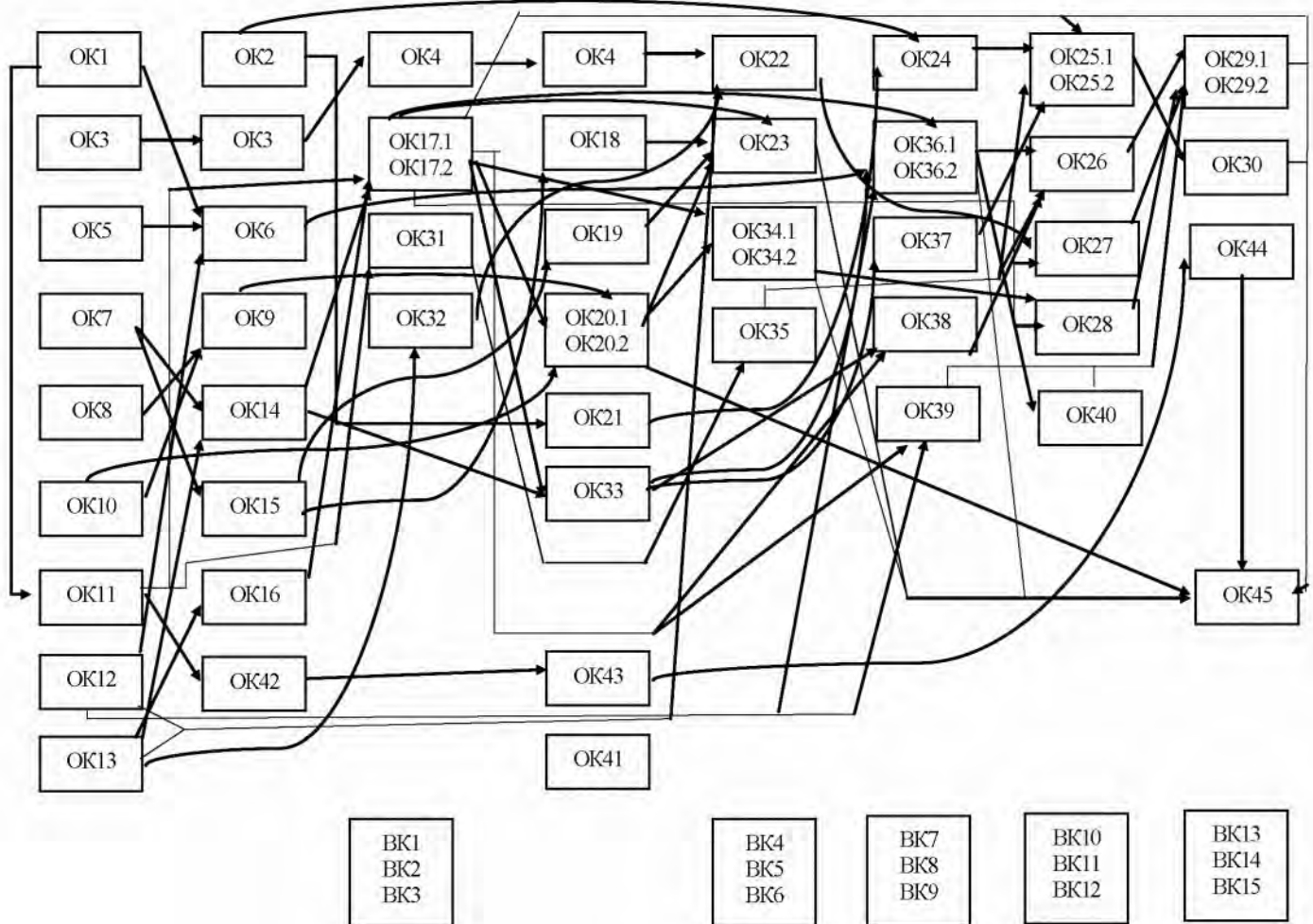
Форми організації освітнього процесу, види навчальних занять, кількість годин, відведених на їх опанування, форми та засоби поточного і підсумкового контролю визначаються програмою навчальної дисципліни, яка розробляється на основі типової програми навчальної дисципліни «Базова загальновійськова підготовка»,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

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*

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Публічний захист 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,

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 20 з 26	

	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.
--	--

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

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

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ID68619 – 01 – 2025
		стор. 22 з 26	

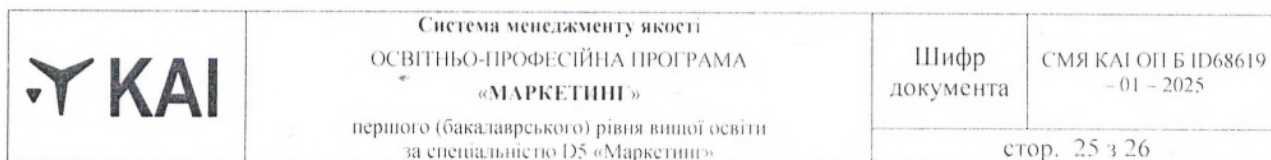
Примітка.

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 (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) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

[illegible]

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.



СМЯ КАІ ОП Б ID68619
- 01 - 2025

стор. 25 з 26

(Φ 03.02 – 01)

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	ОЗОЗ	10.06.2024	Коваль О.М.	Коваль	

(Φ 03.02 – 02)

[illegible]

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ ОП Б ІД68619 – 01 – 2025
		стор. 26 з 26	

(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 «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

У сучасному бізнес-середовищі маркетингова діяльність суб'єктів ринкових відносин стає вирішальним чинником успіху. Динамічний характер розвитку споживчих ринків визначається необхідністю гнучкого пристосування, яке уможливорюється постійним використанням та удосконаленням маркетингових підходів та інструментів.

Представлена освітня програма «Маркетинг» вирізняється цілісним та послідовним підходом до підготовки висококваліфікованих фахівців. Однією з головних переваг програми є гармонійне поєднання теоретичної бази з практичною спрямованістю, що дозволяє здобувачам не лише опановувати актуальні знання, а й одразу застосовувати їх у реальних бізнес-ситуаціях. Програма орієнтована на громадський розвиток як на національному, так і на світовому рівні, ґрунтуючись на інноваційні підходи до навчального процесу. Освітня програма органічно інтегрує академічність маркетингової освіти з особливостями вітчизняного ринку, що створює можливість для студентів розвивати стратегічне мислення, зберігаючи при цьому розуміння локальних бізнес-реалій.

ОПП «Маркетинг» розроблена науково-педагогічними співробітниками кафедри маркетингу ДНП «Державний університет «Київський авіаційний інститут» у відповідності до вимог Закону України про вищу освіту, постанов КМУ, наказів МОНУ, стандарту вищої освіти і інших установчих документів. Програма враховує побажання та рекомендації стейкхолдерів – здобувачів, роботодавців, провідних фахівців і експертів галузей національної економіки та ринків.

Освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» методично послідовна, грамотна, включає всі необхідні складові для забезпечення якісного освітнього процесу у відповідності до вимог вищої школи і може бути рекомендована до впровадження.

З повагою,

Директор

Поштова адреса для листування: вул. Центральний аеропорт, 2, м. Одеса, 65036, Україна

Address for lettering: 2 Central airport str., Odesa, 65036, Ukraine



Володимир СЕМЕНЧЕНКО

Вих. № 17 від 16 квітня 2025 р.

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

Підготовка кваліфікованих маркетологів на сьогоднішній день в умовах наростання конкурентної боротьби за споживачів як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках є непростим завданням, адже забезпечення сталого функціонування підприємств в мінливому середовищі значною мірою залежить від фахової компетентності управлінських кадрів. Надана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг», представлена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Державного некомерційного підприємства «Державний університет «Київський авіаційний інститут» успішно вирішує непросте завдання підготовки майбутніх маркетологів ґрунтуючись на високому науково-методичному забезпеченні освітнього процесу.

Освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» відповідає меті ДП «КАІ» у відтворенні потенціалу економічного країни у напрямі підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу для підприємств усіх форм власності, різних галузей економіки та ринків. Вирішенню сучасних комплексних завдань, які дозволяють досягати підприємствам успішних результатів сприяє оволодіння інноваційним ринковим мисленням та відповідні програмні компетентності. Програма забезпечує оволодіння сучасними методиками та інструментами, необхідними для ефективного планування та управління маркетинговою діяльністю на національному та світовому рівнях.

Структурно-логічна схема освітніх компонентів показує обґрунтованість і чітку послідовність викладення дисциплін, що дозволяє розраховувати на системне та детальне опанування навчальних матеріалів. Науково-методична складова програми спирається на сучасні результати досліджень з управління маркетинговою діяльністю, що забезпечує її відповідність актуальним вимогам ринку праці. Освітня програма забезпечує здобувачам можливість у формуванні індивідуальної траєкторії навчання. Компетентності та програмні результати навчання у повному обсязі відображають здатність майбутніх маркетологів до успішного працевлаштування за здобутим фахом.

Інформаційно-методичне забезпечення програми відповідає вимогам сучасної вищої школи, є актуальним і змістовним, а також ґрунтується на передових інформаційних технологіях. Слід відзначити спрямованість програми на опанування здобувачами теоретичних матеріалів та набуття практичних навичок щодо дослідження та управління маркетинговою діяльністю підприємств на сучасних ринках.

Надана на рецензування, освітньо-професійна програма "Маркетинг" є сучасною, збалансованою та актуальною, що забезпечує високий рівень підготовки фахівців у галузі маркетингу, відповідає потребам роботодавців і ринку праці та рекомендується до застосування у навчальному процесі Державного некомерційного підприємства «Державний університет «Київський авіаційний інститут».

Директор ТОВ «ЕДВІН ГЛОБАЛ»



Ольга ЧИГИРИНСЬКА