

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



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг»


галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

КАІ ОП Б ID68619 – 02 – 2026

Освітньо-професійна програма
Затверджена Вченою радою КАІ
протокол № ____ від _____ 2026 р.

Вводиться в дію наказом
президента
_____ Ксенія СЕМЕНОВА

Наказ № ____ від _____ 2026 р.

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
		Стор. 2 із 24	

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 05.12.2018 р. № 1343 (зі змінами відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 28.05.2021 №593 та наказу Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 №842)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою КАІ

Протокол № _____
від "_____" _____ 2026 р.

Голова НМР КАІ, проректор
з навчальної роботи та якості освіти

Лариса ШАУЛЬСЬКА

ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу

Протокол № _____
від "_____" _____ 2026 р.

В.о. завідувача кафедри

Олександр ЧЕРНИШОВ

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету
менеджменту, фінансів та маркетингу

Протокол № _____
від "_____" _____ 2026 р.

Голова Вченої ради факультету

Максим ЖИТАР


ПОГОДЖЕНО

Студентською радою факультету
менеджменту, фінансів та маркетингу

Протокол № _____
від "_____" _____ 2026 р.

Голова Студентської ради факультету

Діана МИКИТЧЕНКО

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
	Стор. 3 із 24		

ПЕРЕДМОВА

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

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Олександр ЧЕРНИШОВ кандидат економічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри маркетингу

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Ольга ПОЛОУС доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу

Людмила ОРОХОВСЬКА доктор філософських наук, професор,
професор кафедри маркетингу

Ганна РАДЧЕНКО кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу

Олена КАЗАНСЬКА кандидат наук з державного управління,
доцент, доцент кафедри маркетингу

Вікторія ХОРОШИХ кандидат наук з державного управління,
доцент, доцент кафедри маркетингу

Владислава ДАНИЛЕНКО здобувачка вищої освіти за освітньою
програмою, група Б-075-23-1-МР

ЗОВНІШНІ СТЕЙКГОЛДЕРИ:

Ольга ЧИГИРИНСЬКА директор ТОВ «ЕДВІН ГЛОБАЛ»
Станіслав ЗАВОДОВСЬКИЙ Chief Marketing Officer (СМО) Hype Software
Studio Limited, PLC London, United Kingdom,
голова ради роботодавців ФМФМ КАІ

Ярослав ЛЕБІДЬ директор ТОВ «ГРАНД-СІТІ СЕРВІС»

Богдана ДЕНИСЮК менеджер з комунікацій Headway Inc.


Інна АРАКЕЛОВА кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та туризму
Маріупольського державного університету

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
		Стор. 4 із 24	

1. Профіль освітньо-професійної програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1.	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Київський авіаційний інститут» Факультет менеджменту, фінансів та маркетингу 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. Сертифікат про акредитацію освітньо-професійної програми «Маркетинг» № 14193 від 17.06.2025
1.6.	Період акредитації	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)	Обсяг освітньої програми бакалавра 240 кредитів ЄКТС; Для здобуття освітнього ступеня бакалавра на основі ступеня молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) за спеціальністю D5 (075) Маркетинг, і не більше 60 кредитів ЄКТС отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) за іншими спеціальностями. На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
		Стор. 5 із 24	

		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
1.10.	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	http://kai.edu.ua https://feba.kai.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr

Розділ 2. Мета (цілі) освітньо-професійної програми

2.1.	Програма розроблена відповідно до місії та Стратегії розвитку КАІ 2025-2030 і спрямована на підготовку конкурентоспроможних на світовому ринку праці фахівців для авіаційної та інших галузей економіки, здатних розв'язувати складні спеціалізовані завдання і прикладні проблеми, які характеризуються комплексністю та певною невизначеністю умов, у професійній діяльності в сфері маркетингу.
------	--

Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми

3.1.	Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	<p><i>Об'єкти вивчення та діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> 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.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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 на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової</p>
------	---	--

		<p>діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Освітня програма має професійну (прикладну) орієнтацію відповідно до Міжнародної стандартної класифікації освіти (ISCED 2011 / UNESCO), орієнтована на глибоку спеціальну професійну підготовку сучасних аналітиків, фахівців у сфері маркетингу, здатних до швидкої адаптації до мінливих умов бізнес-середовища. Структура програми реалізується через єдність наукового й освітнього процесів, практичної підготовки та інноваційної діяльності, зокрема у сфері цифрових технологій, орієнтована на формування загальних та фахових компетентностей, які забезпечують відповідні результати навчання.</p> <p>Підготовка високопрофесійного фахівця для авіаційної та інших галузей економіки, здатного працювати у їх маркетингових структурах, а також володіти практичними навичками в сфері маркетингу.</p>
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми	<p>Програма сформована як оптимальне поєднання академічних і професійних вимог. Орієнтована на здобуття теоретичних знань і прикладних навичок та умінь вирішувати професійні завдання організації маркетингових відносин у публічному, реальному, зокрема авіаційному транспорті, та економічному секторах економіки на різних рівнях управління. Освітньо-професійна програма базується на положеннях та результатах сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу, а також орієнтує на науково-освітню платформу, у рамках якої можлива подальша професійна та наукова кар'єра.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринок, товар, реклама, маркетингові дослідження, просування, маркетингове ціноутворення, комплекс маркетингу.</p>
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	<p>Структура програми передбачає оволодіння системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Освітньо-професійна базується на</p>

		<p>загальновідомих наукових результатах із врахуванням актуального стану економіки та бізнес-аналітики на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторі економіки, орієнтує на актуальні спеціалізації, у рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра в сфері маркетингу, реклами, міжнародного та електронного маркетингу.</p> <p>Для здобуття професійних навичок містить цикл практичної підготовки здобувачів, що реалізується у формах виробничої практики на підприємствах-стейкхолдерах.</p> <p>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.</p>
Розділ 4. Можливості працевлаштування та подальшого навчання випускників		
4.1.	Можливості працевлаштування	Випускники отримують можливість працевлаштування на підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в сфері маркетингу в межах спеціальності та обіймати посади в різних секторах економіки відповідно спеціальності.
4.2.	Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за освітньою програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти та набувати додаткові кваліфікації в системі освіти дорослих.
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1.	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	<p>Викладання та навчання здійснюється на засадах студентоцентрованого підходу, відповідальності, академічної культури та доброчесності.</p> <p>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.</p> <p>Застосування технологій інтерактивних форм навчання, що реалізуються за допомогою комп'ютерної техніки з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій мережі</p>

		<p>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.</p> <p>Практико-орієнтоване навчання з застосуванням різних видів практик на підприємствах, установах та організаціях різних форм власності на підставі договорів про проходження практики.</p> <p>Застосовані методи навчання направлені на розвиток творчих здібностей студентів, уміння генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру, участь у студентській науково-дослідній роботі, залучення студентів до науково-дослідницької роботи на кафедрі.</p> <p>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.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється за допомогою дистанційних технологій через освітній контент Google Classroom та сервіс онлайн-конференцій Meet.</p>
5.2.	Оцінювання	<p>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.</p> <p>Система оцінювання результатів навчання передбачає визначення якості виконаних здобувачами вищої освіти усіх запланованих видів навчальних робіт і рівня набутих ними знань та вмінь.</p>
Розділ 6. Програмні компетентності		
6.1.	Інтегральна компетентність (ІК)	<p>Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p>
6.2.	Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності</p>

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

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 інноваційній 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.

Додаткові фахові компетентності, пов'язані з особливостями освітньої програми:

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 результатів діяльності підприємства, визначати фінансові і маркетингові ризики, аналізувати і



		<p>структурувати економічні явища та наслідки з точки зору сучасних теоретичних, організаційно-методичних основ обліку та оподаткування.</p> <p>ФК17. Здатність виявляти знання та розуміння можливостей інформаційно-комунікаційних технологій як способів дослідження соціально-економічних процесів і явищ, використання сучасного програмного забезпечення при прийнятті маркетингових рішень в професійній діяльності.</p> <p>ФК18. Здатність обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування та ефективного управління підприємствами, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки, обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набути цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення в контексті концепції сталого розвитку.</p> <p>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.</p> <p>ФК20. Здатність до збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для проведення ефективної маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі.</p>
Розділ 7. Програмні результати навчання		
7.1.	Програмні результати навчання (ПРН)	<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання</p>

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 критичними і самокритичними.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові 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.

Додаткові програмні результати навчання, пов'язані з особливостями освітньої програми:

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, напрями 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, визначити перспективні цільові сегменти споживачів, обґрунтовувати інноваційні методи управління товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик підприємства на всіх типах ринків.

ПРН24. Володіти інноваційними методами збору,


		<p>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.</p> <p>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.</p>
Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
8.1.	Кадрове забезпечення	<p>Гарант освітньої програми та викладачі, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж науково-педагогічної роботи.</p> <p>Ураховуються вимоги Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (Постанова КМУ від 30.12.2015 р. № 1187 (із змінами)). Реалізація освітньої програми передбачає можливість широкої залученості фахівців-практиків, які відповідають напрямку програми, зокрема з метою створення можливостей для гнучких траєкторій навчання до освітнього процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської та інноваційної творчої роботи.</p>
8.2.	Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічна база випускової кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств дозволяє забезпечити підготовку фахівців на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти за ОПП:</p> <ul style="list-style-type: none">- забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів;- усі комп'ютери кафедри під'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);

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	KAI ОП Б ID68619– 01–2026
	Стор. 15 із 24		

		<p>- навчальна лабораторія «Імерсивно-мультифункціональний хаб» оснащена технічними засобами та спеціалізованим програмним забезпеченням, необхідними приладами та обладнанням.</p> <p>Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам (спортивний комплекс, центр культури та мистецтв, медичний центр, бомбосховища тощо), гуртожитками забезпечені усі потребуючі.</p>
8.3.	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Навчально-методичні матеріали навчальних дисциплін, репозитарій KAI (https://er.nau.edu.ua), ресурси Науково-технічної бібліотеки KAI (http://www.lib.nau.edu.ua), безоплатні з локальної мережі університету доступ до повнотекстових ресурсів видавництва Springer, а також повнофункціональний доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science; для публікації та апробації результатів наукових досліджень – фахові наукові журнали KAI (http://jrnل.nau.edu.ua), кафедри маркетингу, інших кафедр Факультету менеджменту, фінансів та маркетингу та KAI.</p>
Розділ 9. Академічна мобільність		
9.1.	Внутрішня академічна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Київський авіаційний інститут» та закладами вищої освіти України</p>
9.2.	Міжнародна академічна мобільність	<p>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+, Mevlana та інші.</p> <p>До консультування здобувачів можуть бути залучені провідні фахівці ЗВО і наукових установ України та світу.</p> <p>Наявна можливість міжнародної академічної мобільності на основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Київський авіаційний інститут» та:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Університетом національної та світової економіки (Болгарія) - Технічним університетом Варни (Болгарія) - Державною академією прикладних наук у Хелмі (Польща)
9.3.	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Іноземні громадяни та особи без громадянства, які проживають в Україні, мають право здобувати вищу освіту за освітньо-професійною програмою</p>

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
		Стор. 16 із 24	

		<p>нарівні з громадянами України відповідно до міжнародних договорів.</p> <p>Однією з умов зарахування на навчання є володіння мовою викладання на рівні, достатньому для засвоєння навчального матеріалу. Для цього іноземцям надається можливість пройти річний курс з вивчення мови викладання та загальноосвітніх дисциплін на підготовчому відділенні КАІ.</p>
--	--	---

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01 –2026
		Стор. 17 із 24	


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	8,0	Диф. залік	1
			Екзамен	2
OK4	Фахова англійська мова	8,0	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	8,0	Екзамен	1
			Екзамен	2
OK9	Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	3,0	Диф. залік	1
OK10	Теорія ймовірностей і математична статистика	4,0	Диф. залік	3
OK11	Соціально-ринкові комунікації	5,0	Екзамен	1
OK12	Інформаційно-комунікаційні системи і технології	4,0	Екзамен	1
OK13	Організаційна поведінка	4,0	Диф. залік	2
OK14	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	4,0	Диф. залік	2
OK15	Менеджмент	5,0	Екзамен	2
OK16	Маркетинг	4,0	Екзамен	3
OK17	Основи електронного маркетингу	3,0	Екзамен	3
OK18	Маркетинг територій	4,0	Екзамен	3
OK19	Бухгалтерський облік та фінансова звітність	3,0	Екзамен	3
OK20.1	Маркетингові дослідження	4,0	Екзамен	4
OK20.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»	1,0	Захист	4
OK21	Поведінка споживача	4,0	Екзамен	4
OK22	Соціально-відповідальний маркетинг	4,0	Диф. залік	4
OK23	Бізнес-планування та бюджетування	3,0	Диф. залік	4
OK24	Маркетингова товарна політика	5,0	Екзамен	5
OK25	Маркетингове ціноутворення	4,0	Екзамен	5
OK26	Електронна комерція та маркетингплейси	5,0	Екзамен	5
OK27	Міжнародні ринки і світова торгівля	4,0	Диф. залік	5
OK28.1	Маркетингові комунікації	4,0	Екзамен	6



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
ОК28.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації»	1,0	Захист	6
ОК29	Маркетинг послуг	4,0	Екзамен	6
ОК30	Маркетинг в авіації	3,0	Екзамен	6
ОК31	Мерчандайзинг	3,0	Диф. залік	6
ОК32.1	Маркетинг розподілу	4,0	Екзамен	7
ОК32.2	Курсова робота з навчальної дисципліни «Маркетинг розподілу»	1,0	Захист	7
ОК33	Маркетинг інновацій	3,0	Екзамен	7
ОК34	Міжнародний маркетинг	4,0	Екзамен	7
ОК35	Маркетинг промислового підприємства	3,0	Диф. залік	7
ОК36	Брендинг	3,0	Диф. залік	7
ОК37	Холістичний маркетинг	4,0	Екзамен	8
ОК38	Хеджування маркетингових ризиків	3,5	Екзамен	8
ОК39*	Базова загальновійськова підготовка (теоретична підготовка)	3,0	Визначається програмою дисципліни	4
ОК40	Фаховий тренінг з маркетингу	3,0	Диф. залік	2
ОК41	Маркетингово-дослідницька практика	3,0	Диф. залік	4
ОК42	Маркетингово-виробнича практика	3,0	Диф. залік	6
ОК43	Переддипломна практика	3,0	Диф. залік	8
ОК44	Кваліфікаційна робота	7,5	Захист	8
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180 кредитів ECTS		
Вибіркові компоненти**				
ВК1	Дисципліна 1	4,0	Залік	3
ВК2	Дисципліна 2	4,0	Залік	3
ВК3	Дисципліна 3	4,0	Залік	3
ВК4	Дисципліна 4	4,0	Залік	5
ВК5	Дисципліна 5	4,0	Залік	5
ВК6	Дисципліна 6	4,0	Залік	5
ВК7	Дисципліна 7	4,0	Залік	6
ВК8	Дисципліна 8	4,0	Залік	6
ВК9	Дисципліна 9	4,0	Залік	6
ВК10	Дисципліна 10	4,0	Залік	7
ВК11	Дисципліна 11	4,0	Залік	7
ВК12	Дисципліна 12	4,0	Залік	7
ВК13	Дисципліна 13	4,0	Залік	8
ВК14	Дисципліна 14	4,0	Залік	8
ВК15	Дисципліна 15	4,0	Залік	8
Загальний обсяг вибірових компонентів		60 кредитів ECTS		
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240 кредитів ECTS		

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
		Стор. 19 із 24	

Примітки:

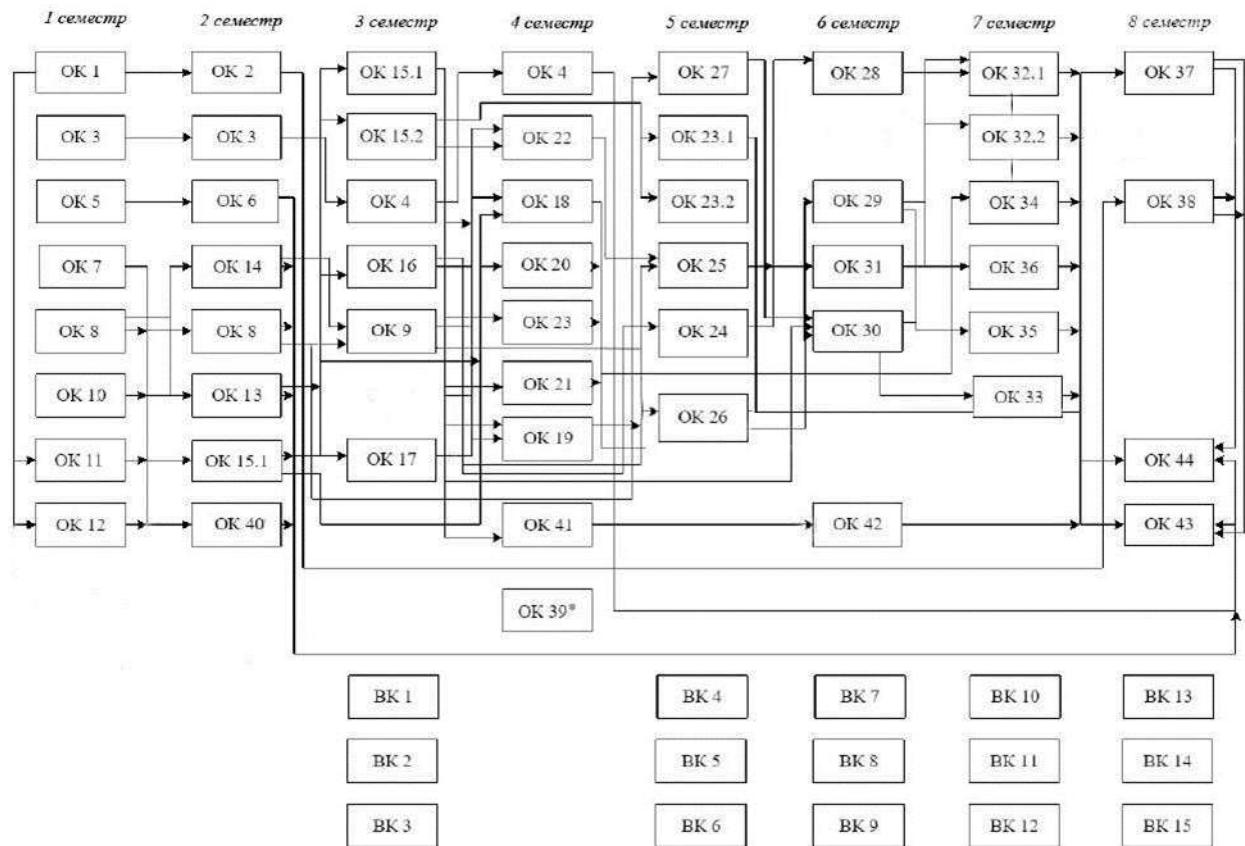
* Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка» (ОК40) введена до освітньої програми на підставі п. 7 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024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

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

Здобувачі вищої освіти, для яких проходження базової загальновійськової підготовки не є обов'язковим і які в таких випадках не проходять її добровільно (з урахуванням норм постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734), вивчають дисципліни, формування переліку яких визначається внутрішніми нормативними актами КАІ

** Реалізація права здобувачів вищої освіти на вибір освітніх компонентів та створення індивідуальної освітньої траєкторії регламентується законодавством України та внутрішніми нормативними актами КАІ.


2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



*ОК39 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	Атестація здійснюється у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота передбачає самостійне розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що супроводжується проведенням досліджень та/або застосуванням інноваційних підходів та характеризується комплексністю та невизначеністю умов. У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації та списування. Кваліфікаційна робота має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії закладу вищої освіти.

	ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»	Шифр документа	КАІ ОП Б ID68619– 01–2026
		Стор. 24 із 24	

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-п>
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-п>
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>
7. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327 (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
8. 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>
9. 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>
10. 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>
11. Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг 07 Управління і адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом Міністерства освіти і науки України 05.12.2018 р. № 1343 (із змінами).