

УНІВЕРСИТЕТ «ОПТИМА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Форма здобуття вищої освіти: дистанційна
Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Університету «ОПТИМА»
(протокол № 3 від «15» липня 2026 р.)

Введено в дію наказом ректора
від «15» липня 2026 р. № 9

Київ – 2026

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» розроблено робочою групою Університету «ОПТІМА» у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньо-професійної програми) – САГАЙДАК Юлія Анатолівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, бізнесу, економіки та адміністрування Університету «ОПТІМА».

Члени робочої групи:

ХАРЧУК Тетяна Валеріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, бізнесу, економіки та адміністрування Університету «ОПТІМА»;

КАРОЛОП Олена Олександрівна, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи Університету «ОПТІМА».

Освітньо-професійну програму розроблено на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, з урахуванням змін, внесених наказом Міністерства освіти і науки України від 28.05.2021 р. № 593, а також з урахуванням діючого Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, згідно з яким зазначеній спеціальності відповідає спеціальність D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право».

Під час розроблення освітньо-професійної програми враховано вимоги: Закону України «Про вищу освіту», Закону України «Про освіту», Національної рамки кваліфікацій, Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG-2015); Критеріїв оцінювання якості освітньої програми, затверджених Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, внутрішніх нормативних документів Університету «ОПТІМА» з питань організації освітнього процесу та забезпечення якості вищої освіти.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Університет «ОПТИМА» Кафедра маркетингу, бізнесу, економіки та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг Marketing
Форма здобуття вищої освіти	Дистанційна
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – D5 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 3 роки 10 місяців. 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): – за спеціальностями галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», що належали до галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також за спеціальністю «Економіка» – не більше ніж 120 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 1 рік 10 місяців; – за іншими спеціальностями – не більше ніж 60 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 2 роки 10 місяців. 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. Термін навчання – 2 роки 10 місяців. 75 % обсягу освітньо-професійної програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (D5 «Маркетинг»).
Наявність акредитації	Акредитація відсутня. Акредитується вперше
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти або освітнього ступеня «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» чи освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст».

	Прийм на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством. Зарахування здійснюється згідно із затвердженими Правилами прийому до Університету «ОПТИМА».
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років – до «01» вересня 2031 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://optima.university/specialities-programs
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Мета освітньо-професійної програми (з урахуванням рівня кваліфікації)	Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу в умовах цифрової економіки, комплексності та невизначеності умов.
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Опис предметної області (галузь знань / спеціальність / спеціалізація)	Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право. Спеціальність: D5 Маркетинг. Спеціалізація: не передбачена. Об'єкт вивчення: 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. Теоретичний зміст предметної області: суть 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; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. 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.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна, прикладна. Професійні акценти: формування здатності здійснювати професійну діяльність у сфері маркетингу з опорою на цифрові

	інструменти, маркетингову аналітику та підприємницький підхід.
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Спеціальна освіта з маркетингу за спеціальністю D5 «Маркетинг» із посиленою складовою цифрового маркетингу, маркетингової аналітики та підприємницької діяльності. Ключові слова: маркетинг, ринок, споживач, маркетингові дослідження, цифровий маркетинг, маркетингова аналітика, бренд, продажі, підприємництво.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма реалізується виключно за дистанційною формою здобуття вищої освіти з переважанням асинхронного навчання, що дає змогу здобувачам поєднувати навчання з професійною діяльністю та навчатися незалежно від місця перебування. Освітній процес організовано на власній цифровій навчальній платформі Університету «ОПТІМА», яка забезпечує доступ до структурованого навчального контенту, засобів комунікації, автоматизованого контролю та фіксації навчальних досягнень. Наскрізною є дослідницька складова, реалізована через освітні компоненти «Дослідницький проєкт 1» та «Дослідницький проєкт 2», що забезпечують поетапне формування дослідницьких і презентаційних умінь здобувача. Значну частку циклу професійної підготовки становлять компоненти цифрового маркетингу, електронної комерції, SMM та контент-маркетингу, маркетингової аналітики й аналітики клієнтських даних, що відповідає сучасним запитам ринку праці. Програма завершується бізнес-симуляцією та технологією створення стартапу, що інтегрує здобуті компетентності в цілісний підприємницький результат.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця за різними видами підприємницької діяльності, у вітчизняних та міжнародних компаніях різних секторів економіки, в органах державної влади і місцевого самоврядування, неприбуткових організаціях, консалтингових та маркетингових агенціях. Випускники спроможні обіймати посади, кваліфікаційні вимоги яких передбачають наявність освітньої кваліфікації бакалавра маркетингу, у суб'єктів господарювання, що здійснюють такі види економічної діяльності (за Класифікатором видів економічної діяльності ДК 009:2010): 73.11 Рекламні агентства; 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації; 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки; 70.21 Діяльність у сфері зв'язків з громадськістю; 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування;

	63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність; 47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет. Випускники можуть обіймати, зокрема, такі первинні посади (за Національним класифікатором України ДК 003:2010 «Класифікатор професій»): 2419.2 – Маркетолог; 2419.2 – Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2419.2 – Фахівець зі зв'язків з громадськістю та пресою; 2419.2 – Рекламист; 3415 – Представник торговельний; 3429 – Агент комерційний; 3439 – Організатор зі збуту; 3439 – Інспектор з реклами.
Подальше навчання	Бакалавр маркетингу може продовжити навчання: – за спеціальністю D5 «Маркетинг» та іншими спеціальностями на другому (магістерському) рівні вищої освіти (НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень); – за професійними програмами MBA; – за спеціалізованими прикладними програмами підготовки сертифікованих фахівців. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти та неформальної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Освітній процес здійснюється на засадах студентоцентризму, компетентнісного підходу, партнерства науково-педагогічних працівників і здобувачів вищої освіти, самоосвіти, проблемно-орієнтованого навчання, інтеграції навчальної та наукової діяльності, професійної спрямованості. Навчання відбувається дистанційно з переважанням асинхронних форм: опрацювання структурованих навчальних курсів, відеолекцій та інтерактивних матеріалів у системі управління навчанням; виконання практичних, аналітичних і проєктних завдань; робота з кейсами української та міжнародної бізнес-практики; участь у навчальних дискусіях на форумах курсів. Синхронні форми (вебінари, онлайн-консультації, захисти проєктів і звітів, тренінги, бізнес-симуляції, гостьові лекції практиків) застосовуються за розкладом, оприлюдненим на платформі. Передбачено самостійну роботу здобувачів із навчальними матеріалами, фаховою літературою, базами даних і відкритими освітніми ресурсами, а також індивідуальні та групові проєкти. До проведення занять залучаються кваліфіковані практикуючі фахівці сфери маркетингу.

Оцінювання	Застосовується накопичувальна (модульно-рейтингова) система контролю та оцінювання результатів навчання за 100-бальною шкалою з переведенням у національну шкалу та шкалу ЄКТС. Види контролю: поточний, модульний (проміжний) та підсумковий контроль – тестування, письмові й усні опитування, контрольні та індивідуальні завдання, розрахунково-аналітичні роботи, презентації, захист індивідуальних і групових проєктів. Формами підсумкового контролю є екзамени та диференційовані заліки, що проводяться дистанційно із застосуванням засобів ідентифікації особи здобувача та контролю доброчесності. Окремими формами оцінювання є захист звітів з навчальної та виробничої (переддипломної) практики, захист дослідницьких проєктів, а також атестація у формі атестаційного екзамену.
6 – Програмні компетентності	
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.
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 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. ЗК16. Здатність до самоорганізації, самоменеджменту та автономного навчання впродовж життя в цифровому освітньому середовищі.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СК15. Здатність застосовувати цифрові інструменти, платформи та сервіси у маркетинговій діяльності, здійснювати просування товарів і послуг в онлайн-середовищі та управляти цифровими комунікаціями бренду.

	СК16. Здатність здійснювати маркетингову аналітику, збирати, обробляти, інтерпретувати та візуалізувати клієнтські й ринкові дані для ухвалення маркетингових рішень. СК17. Здатність генерувати підприємницькі ідеї, розробляти концепції нових продуктів і бізнес-моделі та обґрунтовувати їх виведення на ринок.
7 – Програмні результати навчання	
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 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. ПРН19. Ухвалювати рішення та діяти на засадах доброчесності, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та інших проявів недоброчесності, зокрема академічної. ПРН20. Розробляти, реалізовувати та оцінювати результативність кампаній цифрового маркетингу, здійснювати просування у соціальних мережах, електронній комерції та інших онлайн-каналах. ПРН21. Здійснювати збір, оброблення, аналіз та візуалізацію маркетингових і клієнтських даних із застосуванням спеціалізованого програмного забезпечення для інформаційної підтримки маркетингових рішень. ПРН22. Обґрунтовувати підприємницькі рішення, розробляти концепцію нового продукту та бізнес-модель стартапу, презентувати їх потенційним партнерам та інвесторам. ПРН23. Планувати власну освітню траєкторію, самостійно організовувати навчання та ефективно працювати в цифровому освітньому середовищі закладу вищої освіти.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До реалізації освітньо-професійної програми залучені науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають кадровим вимогам, передбаченим Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. Науково-педагогічні працівники володіють цифровими компетентностями, необхідними для розроблення дистанційних курсів та організації освітнього процесу в системі управління навчанням. До викладання фахових освітніх компонентів залучаються практикуючі фахівці сфери маркетингу.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу за дистанційною формою здобуття вищої освіти.

	Університет забезпечений серверним і мережевим обладнанням, засобами запису та опрацювання навчального відеоконтенту, програмним забезпеченням для проведення вебінарів, тестування.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний вебсайт Університету «ОПТИМА» (https://optima.university/) містить інформацію про освітні програми, структурні підрозділи, правила прийому тощо. Дистанційна навчальна платформа Університету «ОПТИМА» забезпечує розміщення навчально-методичного забезпечення всіх освітніх компонентів.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Можливості академічної мобільності реалізуються відповідно до чинного законодавства на основі двосторонніх договорів між Університетом «ОПТИМА» та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства та за наявності двосторонніх договорів, зокрема в межах програм ЄС.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземні здобувачі вищої освіти навчаються в Університеті відповідно до умов, визначених законодавством України, на загальних підставах.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Освітні компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, практики, атестація)	Кількість кредитів ЄКТС	Семестр	Форма підсумкового контролю
I КУРС – 60 кредитів ЄКТС				
ОК.ЗП 1	Правові засади суспільних відносин та антикорупційна політика	5	1	екзамен
ОК.ЗП 2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	5	1, 2	диференційований залік, екзамен
ОК.ЗП 3	Філософія та критичне мислення	3	1	екзамен
ОК.ЗП 4	Історія української державності та культури України	3	1	диференційований залік
ОК.ЗП 5	Ділова українська мова	3	1	диференційований залік
ОК.ЗП 6	Лідерство, командна взаємодія та управління особистою ефективністю	4	1	екзамен
ОК.ЗП 7	Медіація, переговори та професійна етика	4	1	екзамен
ОК.ЗП 8	Формування здоров'я та якості життя	3	1	диференційований залік
ОК.ПП 1	Університетська освіта та кар'єрні траєкторії маркетолога	3	1	диференційований залік
ОК.ПП 2	ІТ та системи підтримки бізнес-рішень	6	2	екзамен
ОК.ПП 3	Мікро- та макроекономіка	6	2	екзамен
ОК.ПП 4	Економіка підприємства	5	2	екзамен
ОК.ПП 5	Психологія Public relations	5	2	диференційований залік
ОК.ПП 6	Економічна статистика	5	2	диференційований залік
Усього за I курс		60		
II КУРС – 60 кредитів ЄКТС				
ОК.ПП 7	Менеджмент	5	3	екзамен
ОК.ПП 8	Візуалізація інформації в маркетингу	3	3	диференційований залік
ОК.ПП 9	Маркетингові дослідження	5	4	екзамен
ОК.ПП 10	Маркетинг: теорія та концепції	5	3	екзамен
ОК.ПП 11	Бухгалтерський облік	3	3	диференційований залік
ОК.ПП 12	Маркетингова товарна політика	4	4	екзамен
ОК.ПП 13	Маркетингова цінова політика	4	4	екзамен
ОК.ПП 14	Поведінка споживачів	5	3	екзамен
ОК.ПП 15	Фінанси підприємства	3	4	диференційований залік
ОК.ПП 16	Управління продажами	3	4	диференційований залік
ВК	Вибіркові освітні компоненти*	20	3, 4	диференційований залік

Код н/д	Освітні компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, практики, атестація)	Кількість кредитів ЄКТС	Семестр	Форма підсумкового контролю
Усього за II курс		60		
III КУРС – 60 кредитів ЄКТС				
ОК.ПП 17	Логістика	3	6	екзамен
ОК.ПП 18	Івент-менеджмент	4	5	диференційований залік
ОК.ПП 19	Цифровий маркетинг (Digital-маркетинг)	5	5	екзамен
ОК.ПП 20	Маркетингова політика розподілу та збуту	4	5	диференційований залік
ОК.ПП 21	Дослідницький проєкт 1	4	5	диференційований залік
ОК.ПП 22	Електронна комерція	4	6	екзамен
ОК.ПП 23	SMM та контент-маркетинг	4	6	диференційований залік
ОК.ПП 24	Бренд-менеджмент	4	5	екзамен
ОК.ПП 25	Навчальна практика	8	6	диференційований залік
ВК	Вибіркові освітні компоненти*	20	5, 6	диференційований залік
Усього за III курс		60		
IV КУРС – 60 кредитів ЄКТС				
ОК.ПП 26	Стратегічний маркетинг-менеджмент	6	7	екзамен
ОК.ПП 27	Міжнародний маркетинг	5	7	екзамен
ОК.ПП 28	Маркетингова аналітика та аналітика клієнтських даних	4	7	екзамен
ОК.ПП 29	Інновації та розробка нового продукту	4	7	диференційований залік
ОК.ПП 30	Дослідницький проєкт 2	3	8	диференційований залік
ОК.ПП 31	Бізнес-симуляція та технологія створення стартапу	4	8	диференційований залік
ОК.ПП 32	Виробнича (переддипломна) практика	14	8	диференційований залік
ВК	Вибіркові освітні компоненти*	20	7, 8	диференційований залік
АТ	Атестація здобувачів вищої освіти	–	8	атестаційний екзамен
Усього за IV курс		60		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОБОВ'ЯЗКОВИХ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ		180		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ВИБІРКОВИХ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ		60		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240		

* Вибір вибірових освітніх компонентів здійснюється відповідно до Положення про порядок обрання здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін з Каталогу вибірових навчальних

дисциплін Університету «ОПТИМА» загальним обсягом 60 кредитів ЄКТС: другого року навчання – 20 кредитів ЄКТС, третього року навчання – 20 кредитів ЄКТС, четвертого року навчання – 20 кредитів ЄКТС. У межах навчального року вибіркові освітні компоненти розподіляються по 9 та 11 кредитів ЄКТС за семестрами відповідно (для IV курсу – 11 та 9 кредитів ЄКТС з огляду на обсяг виробничої (переддипломної) практики у VIII семестрі). Обсяг навчального навантаження здобувача становить 30 кредитів ЄКТС у кожному семестрі.

Умовні позначення: ОК.ЗП – обов’язкові освітні компоненти циклу загальної підготовки; ОК.ПП – обов’язкові освітні компоненти циклу професійної підготовки; ВК – вибіркові освітні компоненти.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Перший (бакалаврський) рівень · освітньо професійна програма «Маркетинг» · дистанційна форма · 240 кредитів ЄКТС · 3 роки 10 місяців · 40 обов’язкових освітніх компонентів

Послідовність опанування
I сем. —————> VIII сем.

I семестр	30 кр.	II семестр	30 кр.	III семестр	30 кр.	IV семестр	30 кр.	V семестр	30 кр.	VI семестр	30 кр.	VII семестр	30 кр.	VIII семестр	30 кр.
○ ОК.ЗП 2 · Іноземна мова за професійним спрямуванням — наскрізний компонент, I–II семестри (2 + 3 кр.)				● ОК.ПП 7 Менеджмент 5		● ОК.ПП 9 ㊦ Маркетингові дослідження 5		● ОК.ПП 18 Івент-менеджмент 4		● ОК.ПП 17 Логістика 3		● ОК.ПП 26 ㊦ Стратегічний маркетинг-менеджмент 6		◆ ОК.ПП 30 ㊦ Дослідницький проєкт 2 3	
○ ОК.ЗП 1 Правові засади суспільних відносин та антикорупційна політика 5		● ОК.ПП 2 ㊦ IT та системи підтримки бізнес-рішень 6		● ОК.ПП 8 ㊦ Візуалізація інформації в маркетингу 3		● ОК.ПП 12 ㊦ Маркетингова товарна політика 4		● ОК.ПП 19 ㊦ Цифровий маркетинг (Digital-маркетинг) 5		● ОК.ПП 22 ㊦ Електронна комерція 4		● ОК.ПП 27 Міжнародний маркетинг 5		● ОК.ПП 31 ㊦ Бізнес-симуляція та технологія створення стартапу 4	
○ ОК.ЗП 3 Філософія та критичне мислення 3		● ОК.ПП 3 Мікро- та макроекономіка 6		● ОК.ПП 10 ㊦ Маркетинг: теорія та концепції 5		● ОК.ПП 13 ㊦ Маркетингова цінова політика 4		● ОК.ПП 20 ㊦ Маркетингова політика розподілу та збуту 4		● ОК.ПП 23 ㊦ SMM та контент-маркетинг 4		● ОК.ПП 28 ㊦ Маркетингова аналітика та аналітика клієнтських даних 4		■ ОК.ПП 32 ㊦ Виробнича (переддипломна) практика 14	
○ ОК.ЗП 4 Історія української державності та культури України 3		● ОК.ПП 4 Економіка підприємства 5		● ОК.ПП 11 Бухгалтерський облік 3		● ОК.ПП 15 Фінанси підприємства 3		◆ ОК.ПП 21 ㊦ Дослідницький проєкт 1 4		■ ОК.ПП 25 ㊦ Навчальна практика 8		● ОК.ПП 29 ㊦ Інновації та розробка нового продукту 4			
○ ОК.ЗП 5 Ділова українська мова 3		● ОК.ПП 5 Психологія Public relations 5		● ОК.ПП 14 Поведінка споживачів 5		● ОК.ПП 16 Управління продажами 3		● ОК.ПП 24 Бренд-менеджмент 4							
○ ОК.ЗП 6 Лідерство, командна взаємодія та управління особистою ефективністю 4		● ОК.ПП 6 ㊦ Економічна статистика 5		■ ВК · Блок вибіркових освітніх компонентів — 60 кредитів ЄКТС, III–VIII семестри III: 9 · IV: 11 · V: 9 · VI: 11 · VII: 11 · VIII: 9 кр.											
○ ОК.ЗП 7 Медіація, переговори та професійна етика 4															
○ ОК.ЗП 8 Формування здоров'я та якості життя 3															
● ОК.ПП 1 Університетська освіта та кар'єрні траєкторії маркетолога 3															
АТЕСТАЦІЯ Атестаційний екзамєн · VIII семестр · кредити не нараховуються ◀ до вузла сходяться всі освітні траєкторії															

Змістові лінії програми (горизонтальні логічні зв’язки)

㉔ Теоретичне ядро	ОК.ПП 10 ▶ ОК.ПП 12 ▶ ОК.ПП 13 ▶ ОК.ПП 20 ▶ ОК.ПП 26
㊦ Дослідницька лінія	ОК.ПП 6 ▶ ОК.ПП 9 ▶ ОК.ПП 21 ▶ ОК.ПП 28 ▶ ОК.ПП 30
㉔ Цифрова лінія	ОК.ПП 2 ▶ ОК.ПП 8 ▶ ОК.ПП 19 ▶ ОК.ПП 22 ▶ ОК.ПП 23
㉔ Практична лінія	ОК.ПП 25 ▶ ОК.ПП 32 ▶ атестаційний екзамєн
㉔ Підприємницька лінія	ОК.ПП 29 ▶ ОК.ПП 31

Умовні позначення

○ цикл загальної підготовки	● цикл професійної підготовки
◆ дослідницька складова	■ практична підготовка
㊦ вибіркові компоненти	атестація

Цифра праворуч у клітинці — кредити ЄКТС. Літера в колі — належність компонента до змістової лінії. Кожен семестр — 30 кредитів ЄКТС; разом 240 кредитів (180 обов’язкових + 60 вибіркових).

3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену. Атестація завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти «бакалавр» із присвоєнням освітньої кваліфікації «бакалавр маркетингу» за освітньо-професійною програмою «Маркетинг». До атестації допускаються здобувачі вищої освіти, які успішно та в повному обсязі виконали освітньо-професійну програму. Атестація здійснюється відкрито і публічно.
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестаційний екзамен має комплексний характер і передбачає оцінювання рівня досягнення результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти та цією освітньо-професійною програмою. Екзамен проводиться дистанційно у письмовій (тестово-аналітичній) формі із застосуванням засобів контролю доброчесності і передбачає висвітлення теоретичних питань, розв'язання ситуаційних завдань і завдань аналітичного характеру. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання таких програмних результатів навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 3, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 7, ПРН 9, ПРН 10, ПРН 11, ПРН 20, ПРН 21. Результати атестаційного екзамену оцінюються за 100-бальною шкалою з переведенням у національну шкалу та шкалу ЄКТС.

4. СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Університеті «ОПТИМА» передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм із залученням здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти, за кожною освітньо-професійною програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом, зокрема системи управління навчанням для дистанційної форми здобуття вищої освіти;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітньо-професійні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) забезпечення наявності та функціонування системи запобігання і протидії корупції, булінгу, дискримінації та будь-яким формам недоброчесної поведінки;
- 10) інших процедур і заходів.

Система внутрішнього забезпечення якості оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством, а також міжнародним стандартам.

5. Матриця відповідності програмних результатів навчання та компетентностей

23 програмні результати навчання × 34 компетентності (ІК + ЗК 1–16 + СК 1–17). Позначка «+» — наявність відповідності; ІК забезпечує всі ПРН.

ПРН	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15	СК16	СК17	Σ
ПРН 1	+			+			+											+	+		+													6	
ПРН 2	+			+			+		+										+	+		+							+					8	
ПРН 3	+				+			+										+			+	+												6	
ПРН 4	+			+					+	+											+	+					+					+		8	
ПРН 5	+			+			+													+				+				+						6	
ПРН 6	+						+	+													+			+						+				6	
ПРН 7	+									+											+						+				+	+		6	
ПРН 8	+				+	+		+																+	+				+			+		8	
ПРН 9	+			+				+																	+				+					5	
ПРН 10	+											+	+																+					4	
ПРН 11	+						+	+					+								+									+	+			7	
ПРН 12	+				+	+			+								+		+										+					7	
ПРН 13	+					+									+															+	+		+	6	
ПРН 14	+											+	+																	+	+			5	
ПРН 15	+	+	+												+																			5	
ПРН 16	+				+	+								+			+	+													+			7	
ПРН 17	+										+		+	+															+					5	
ПРН 18	+	+	+												+																			4	
ПРН 19	+	+												+	+																			4	
ПРН 20	+									+												+			+					+				5	
ПРН 21	+								+	+													+			+						+		6	
ПРН 22	+					+		+																	+	+							+	6	
ПРН 23	+				+					+							+																	4	
Σ ПРН	23	3	2	5	5	5	5	6	4	5	1	2	4	2	4	1	3	3	3	2	4	5	2	2	3	3	3	3	3	5	5	2	3	3	

Перевірка повноти: мінімальна кількість компетентностей на один ПРН — 4; мінімальна кількість ПРН на одну компетентність — 1. Жодного нульового рядка чи стовпця немає. Повні формулювання ПРН, ЗК та СК — розділи 3–4 ОПП.

6. Матриця відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам · частина 1 з 2: ОК.ЗП 1–8, ОК.ПП 1–12

34 компетентності × 40 обов’язкових освітніх компонентів. Столпець Σ — кількість позначок за всіма 40 компонентами (обидві частини матриці).

Компетентність	ОК.ЗП 1	ОК.ЗП 2	ОК.ЗП 3	ОК.ЗП 4	ОК.ЗП 5	ОК.ЗП 6	ОК.ЗП 7	ОК.ЗП 8	ОК.ПП 1	ОК.ПП 2	ОК.ПП 3	ОК.ПП 4	ОК.ПП 5	ОК.ПП 6	ОК.ПП 7	ОК.ПП 8	ОК.ПП 9	ОК.ПП 10	ОК.ПП 11	ОК.ПП 12	Σ 40
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	40
ЗК1	+			+																	2
ЗК2			+	+	+			+													4
ЗК3			+								+			+							6
ЗК4		+	+						+												4
ЗК5						+		+							+						5
ЗК6	+								+		+	+						+			5
ЗК7										+		+							+	+	11
ЗК8														+			+				5
ЗК9										+				+		+	+				8
ЗК10		+																			2
ЗК11						+	+						+		+						9
ЗК12		+			+	+	+						+		+						8
ЗК13		+																			3
ЗК14	+		+	+			+	+													6
ЗК15	+																				2
ЗК16						+			+												5
СК1									+									+			2
СК2																		+			2
СК3											+							+			4
СК4																		+		+	4
СК5																				+	10
СК6												+		+			+				6
СК7												+							+		5
СК8																					5
СК9																					4
СК10										+						+	+				6
СК11											+	+	+				+				6
СК12					+		+						+			+	+				9
СК13															+					+	11
СК14																					6
СК15																					5
СК16										+				+		+					5
СК17																					3
Σ компетентностей	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	6	5	5	7	6	3	5	

Повні назви освітніх компонентів — структурно-логічна схема (розділ 2.2, с. 1). Потовщена вертикальна лінія відділяє цикл загальної підготовки від циклу професійної підготовки; потовщені горизонтальні — групи ІК / ЗК / СК.

6. Матриця відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам · частина 2 з 2: ОК.ПП 13–32

Продовження. Стовець Σ повторює підсумок за всіма 40 компонентами — за ним перевіряють, що жодна компетентність не залишилася без освітнього компонента.

Компетентність	ОК.ПП 13	ОК.ПП 14	ОК.ПП 15	ОК.ПП 16	ОК.ПП 17	ОК.ПП 18	ОК.ПП 19	ОК.ПП 20	ОК.ПП 21	ОК.ПП 22	ОК.ПП 23	ОК.ПП 24	ОК.ПП 25	ОК.ПП 26	ОК.ПП 27	ОК.ПП 28	ОК.ПП 29	ОК.ПП 30	ОК.ПП 31	ОК.ПП 32	Σ 40
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	40
ЗК1																					2
ЗК2																					4
ЗК3		+							+			+									6
ЗК4																	+				4
ЗК5														+					+		5
ЗК6																					5
ЗК7	+		+		+			+					+	+						+	11
ЗК8									+							+		+			5
ЗК9							+			+	+					+					8
ЗК10															+						2
ЗК11				+		+							+						+	+	9
ЗК12						+					+										8
ЗК13										+					+						3
ЗК14																				+	6
ЗК15																				+	2
ЗК16									+				+					+			5
СК1																					2
СК2														+							2
СК3		+													+						4
СК4								+				+									4
СК5	+			+	+	+	+	+			+		+							+	10
СК6		+							+							+		+			6
СК7	+		+		+																5
СК8			+									+		+			+		+		5
СК9							+			+							+		+		4
СК10							+			+						+					6
СК11		+													+						6
СК12									+		+							+		+	9
СК13	+			+	+	+		+					+	+					+	+	11
СК14				+								+	+	+			+			+	6
СК15						+	+			+	+	+									5
СК16																+		+			5
СК17																	+	+	+	+	3
Σ компетентностей	5	5	4	5	5	6	6	5	6	6	6	6	7	7	5	6	6	6	7	10	

Перевірка повноти: мінімальна кількість компонентів на одну компетентність — 2; мінімальна кількість компетентностей на один компонент — 3. Нульових рядків і стовпців немає.

7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання освітніми компонентами · частина 1 з 2: ОК.ЗП 1–8, ОК.ПП 1–12

23 програмні результати навчання × 40 обов’язкових освітніх компонентів. Стовець Σ — підсумок за всіма 40 компонентами.

ПРН	ОК.ЗП 1	ОК.ЗП 2	ОК.ЗП 3	ОК.ЗП 4	ОК.ЗП 5	ОК.ЗП 6	ОК.ЗП 7	ОК.ЗП 8	ОК.ПП 1	ОК.ПП 2	ОК.ПП 3	ОК.ПП 4	ОК.ПП 5	ОК.ПП 6	ОК.ПП 7	ОК.ПП 8	ОК.ПП 9	ОК.ПП 10	ОК.ПП 11	ОК.ПП 12	Σ 40
ПРН 1			+						+									+			3
ПРН 2											+							+			5
ПРН 3																		+		+	7
ПРН 4										+	+	+		+			+		+		11
ПРН 5											+		+				+				5
ПРН 6												+			+				+	+	8
ПРН 7										+				+		+					7
ПРН 8																					5
ПРН 9																					3
ПРН 10		+			+		+						+			+					6
ПРН 11															+					+	10
ПРН 12			+																		3
ПРН 13						+															4
ПРН 14						+	+						+		+						8
ПРН 15	+			+			+														4
ПРН 16						+		+	+												5
ПРН 17		+			+																3
ПРН 18	+		+	+				+													4
ПРН 19	+																				4
ПРН 20																					5
ПРН 21										+				+		+	+				6
ПРН 22																					3
ПРН 23						+			+												4
Σ ПРН	3	2	3	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	

Повні назви освітніх компонентів — структурно-логічна схема (розділ 2.2, с. 1).

7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання освітніми компонентами · частина 2 з 2: ОК.ПП 13–32

Продовження. Агестаційний екзамеn перевіряє досягнення всіх 23 ПРН і в матриці окремиm стовпцем не позначається.

ПРН	ОК.ПП 13	ОК.ПП 14	ОК.ПП 15	ОК.ПП 16	ОК.ПП 17	ОК.ПП 18	ОК.ПП 19	ОК.ПП 20	ОК.ПП 21	ОК.ПП 22	ОК.ПП 23	ОК.ПП 24	ОК.ПП 25	ОК.ПП 26	ОК.ПП 27	ОК.ПП 28	ОК.ПП 29	ОК.ПП 30	ОК.ПП 31	ОК.ПП 32	Σ 40
ПРН 1																					3
ПРН 2		+												+	+						5
ПРН 3	+			+				+					+							+	7
ПРН 4	+		+						+							+		+			11
ПРН 5		+													+						5
ПРН 6	+			+	+			+													8
ПРН 7							+			+	+					+					7
ПРН 8							+			+		+		+			+				5
ПРН 9			+											+					+		3
ПРН 10											+										6
ПРН 11		+			+	+		+	+			+	+	+						+	10
ПРН 12									+									+			3
ПРН 13																	+		+	+	4
ПРН 14				+		+							+						+		8
ПРН 15																				+	4
ПРН 16													+							+	5
ПРН 17															+						3
ПРН 18																					4
ПРН 19									+									+		+	4
ПРН 20						+	+			+	+	+									5
ПРН 21																+		+			6
ПРН 22																	+		+	+	3
ПРН 23									+									+			4
Σ ПРН	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	7	

Перевірка повноти: мінімальна кількість компонентів на один ПРН — 3; мінімальна кількість ПРН на один компонент — 2. Нульових рядків і стовпців немає.