

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

УХВАЛЕНО

Рішенням Вченої ради
Харківського національного
економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 24.06.2026 р. протокол № 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 24.06.2026 р. № 197



Тетяна ШТАЛЬ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Перший (бакалаврський)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бакалавр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

D Бізнес, адміністрування та право

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 Маркетинг

Харків, 2026

ПРЕАМБУЛА

Робоча група освітньо-професійної програми «Маркетинг» :

Небилиця Олена Анатоліївна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент, гарант освітньої програми.

Вовк Володимир Анатолійович, директор навчально-наукового інституту Менеджменту і маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

Красноносова Олена Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

Ус Марина Ігорівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

Кривчикова Єлизавета Павлівна здобувач вищої освіти.

Кожемякіна Анастасія Дмитрівна, маркетолог ПП «Автовін».

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол №17, від 04.05.2026 року.

Розглянуто вченою радою ННІ менеджменту і маркетингу, протокол № 9 від 23.06.2026 року.

ОП розроблена/оновлена на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору України.

2. Стандарту вищої освіти 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. Наказу Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 р. № 842 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти».

3. *На виконання Закону України «Про основи національного спротиву» від 16.07.2021 р. № 1702-IX.

4. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.

5. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.

6. Пропозицій роботодавців.

7. Рекомендації після процедур внутрішнього та зовнішнього оцінювання ОП (акредитація НАЗЯВО, міжнародними інституціями, сертифікації та інші).

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються)

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Спеціалізація	-
Освітня програма	Маркетинг / Marketing
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та розрахункові строки виконання освітньої програми	На базі повної загальної середньої освіти: очна (денна) форма – 240 кредитів, 3 роки 10 місяців; заочна форма – 240 кредитів, 3 роки 10 місяців; На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»): очна (денна) форма – 240 кредитів, 2 роки 10 місяців
Наявність акредитації	-
Мова(и) навчання / оцінювання	Українська, англійська
Структурний підрозділ відповідальний за ОП	Кафедра маркетингу http://www.dom.hneu.edu.ua/
Вимоги до зарахування	Вступ на перший (бакалаврський) рівень вищої освіти здійснюється відповідно до Правил прийому та Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти. Правила та строки прийому на навчання розміщені на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця за посиланням https://pk.hneu.edu.ua/normatyvni-dokumenty/ Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра вступники повинні мати повну загальну середню освіту та прагнення оволодіти знаннями в галузі бізнес, адміністрування та право за спеціальністю маркетинг.
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація(-ї) професійна(-і)	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти Бакалавр Спеціальність D5 «Маркетинг» Освітня програма Маркетинг
Мета освітньої програми	Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців на базі інтегрованого підходу, який поєднує різні аспекти маркетингу, такі як дослідження ринку, комунікації, цифровий маркетинг, що сприяє оволодінню здобувачами теоретичними та практичними навичками в сфері маркетингу та вміннями креативно підходити до вирішення інформаційно-аналітичних, економічних, управлінських, науково-дослідних завдань використовуючи нові технології у маркетинговій діяльності.
Фокус та особливості (унікальність) програми	Програма спрямована на надання поглиблених знань у сфері маркетингу та формування у здобувачів критичного мислення, креативності та підприємницької ініціативності, вміння використовувати нові технології у маркетинговій діяльності. Особливістю програми є долучення вітчизняних та закордонних експертів з практичним досвідом до

	підготовки фахівців на базі створеної лабораторії «MarkTechCreative Lab». Це дозволяє здобувачам отримати широкий спектр практичних навичок, які допоможуть їм стати успішними професіоналами у галузі маркетингу. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетинговий менеджмент, маркетингова політика, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, маркетингові комунікації, маркетингові рішення.
Опис предметної області	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-категоріальний 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.
Академічна мобільність	-
Академічні права	Можливість здобуття освіти за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Професійні права	-
Працевлаштування випускників	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: 70. Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування. 70.1. Діяльність головних управлінь (хедофісів). 70.10. Діяльність головних управлінь (хед-офісів). 70.2. Консультування з питань керування. 70.21. Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю. 70.22. Консультування з питань комерційної діяльності й керування. 73. Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку. 73.1. Рекламна діяльність. 73.11. Рекламні агентства. 73.12. Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації. 73.2. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки. 73.20. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки.

Силабуси освітніх компонентів	https://hneu.edu.ua/informatsijnyj-paket-bakalavr-marketyng-2026
-------------------------------	---

II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

Інтегральна компетентність	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	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 виконувати конституційний обов'язок щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати 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 інноваційної 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 розробляти креативні маркетингові кампанії.
--	--

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**Таблиця 1 Пояснювальної записки**).

ІІІ – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D5 «МАРКЕТИНГ» ОПП «МАРКЕТИНГ»

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН15. 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.

РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

РН19. Виявляти навички розроблення креативних маркетингових кампаній.

РН20. Формування національно-патріотичної свідомості, громадянської стійкості щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	23	10%
2	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	35	15%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	157	65%
4	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	25	10%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :		240	100%
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		60	25%

Код ОК	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК 1	УКРАЇНСЬКА МОВА (за професійним спрямуванням)	3	Залік
ОК 2	ІНОЗЕМНА МОВА (за професійним спрямуванням)	8	Залік, Екзамен
ОК 3	ФІЛОСОФІЯ	5	Екзамен
ОК 4	ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ	4	Залік
ОК 5	ОСНОВИ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ, БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОХОРОНА ПРАЦІ	3	Залік
ОК 33	ОСНОВИ НАЦІОНАЛЬНОГО СПРОТИВУ (ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПАТРІОТИЗМУ)*	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК 1	НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ТЕХНОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ	5	Залік

ВК 2	НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ	5	Залік
ВК 3	НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ПРАВОВОГО СПРЯМУВАННЯ	5	Залік
ВК 4	МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР	5	Залік
ВК 5	МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР	5	Залік
ВК 6	МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР	5	Залік
ВК 7	МАЙНОР або ВІЛЬНИЙ МАЙНОР	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
ОК 6	ВИЩА МАТЕМАТИКА	5	Екзамен
ОК 7	ІНФОРМАТИКА	5	Залік
ОК 8	ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ	5	Екзамен
ОК 9	ВСТУП ДО ФАХУ	3	Залік
ОК 10	ТЕОРІЯ ЙМОВІРНОСТЕЙ ТА МАТЕМАТИЧНА СТАТИСТИКА	5	Екзамен
ОК 11	МІКРОЕКОНОМІКА	4	Залік
ОК 12	МАКРОЕКОНОМІКА	5	Екзамен
ОК 13	ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ І МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ	5	Екзамен
ОК 14	СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ	5	Екзамен
ОК 15	ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА	5	Екзамен
ОК 16	МАРКЕТИНГ	10	Залік, Екзамен
ОК 17	КУРСОВА РОБОТА: МАРКЕТИНГ	1	Курсова робота
ОК 18	ЕКОНОМЕТРИКА	5	Екзамен
ОК 19	ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА	5	Екзамен
ОК 20	БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК	4	Залік
ОК 21	СТАТИСТИКА	5	Екзамен
ОК 22	ФІНАНСИ	5	Залік
ОК 23	МЕНЕДЖМЕНТ	5	Екзамен

ОК 24	МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ	5	Екзамен
ОК 25	ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА	3	Звіт
ОК 26	КОМПЛЕКСНИЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ	4	Залік
ОК 27	МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА	4	Екзамен
ОК 28	МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ	4	Залік
ОК 29	B2B МАРКЕТИНГ	5	Екзамен
ОК 30	КУРСОВА РОБОТА: B2B МАРКЕТИНГ	1	Курсова робота
ОК 31	МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ	4	Залік
ОК 32	МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА	5	Екзамен
ОК 34	КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ	3	Звіт
ОК 35	НАУКОВО-ДОСЛІДНА ПРАКТИКА	5	Звіт
ОК 36	ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА	9	Звіт
ОК 37	КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА	13	Кваліфікаційна робота
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК 8	МЕЙДЖОР 1	5	Екзамен
ВК 9	МЕЙДЖОР 2	5	Екзамен
ВК 10	МЕЙДЖОР 3	5	Екзамен
ВК 11	МЕЙДЖОР 4	5	Екзамен
ВК 12	МЕЙДЖОР 5	5	Екзамен

* ОСНОВИ НАЦІОНАЛЬНОГО СПРОТИВУ - обов'язково для громадяни України, які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти; ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПАТРІОТИЗМУ - обов'язково для іноземних громадян денної форми навчання, та всіх, хто навчаються за заочною формою здобуття освіти.

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Вибіркова складова навчального плану першого (бакалаврського) рівня вищої освіти складається з: вибірових навчальних дисциплін за спрямуванням, майнора або вільних майнорів, мейджорів. Здобувач вищої освіти обирає 1 майнор або 4 вільні майнори з загальноуніверситетського пулу дисциплін. Майнор, як правило, складається з 4 навчальних дисциплін. Обсяг кожної дисципліни майнора (вільного майнора) – 5 кредитів ЄКТС.

Як виняток, майнор може складатися з 2 навчальних дисциплін. Тоді, обсяг кожної дисципліни майнора – 10 кредитів ЄКТС. Дисципліни майнора (вільного майнора) викладаються по одній дисципліні в 3, 4, 5, 6 семестрах для здобувачів вищої освіти очної (денної) форми навчання. Формою підсумкового контролю дисциплін майнора (вільного майнора) є залік.

Здобувачеві вищої освіти пропонується обирати 1 дисципліну технологічного спрямування, 1 дисципліну соціально-психологічного спрямування, 1 дисципліну правового спрямування. Обсяг кожної вибіркової навчальної дисципліни за спрямуванням – 5 кредитів ЄКТС.

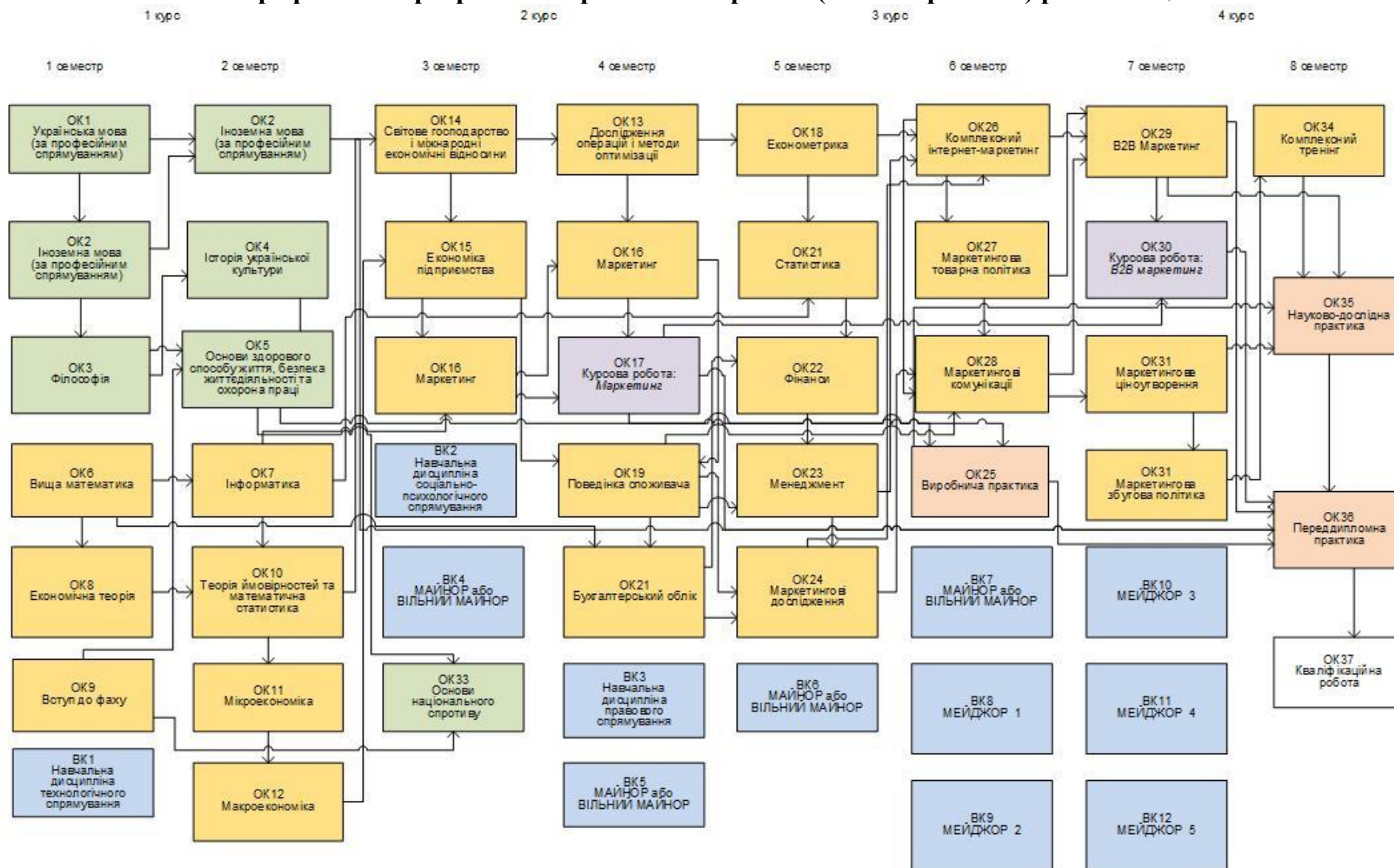
Формою підсумкового контролю за вибірковою навчальною дисципліною технологічного спрямування є залік; за вибірковою навчальною дисципліною соціально-психологічного спрямування – залік; за вибірковою навчальною дисципліною правового спрямування – залік.

Вибіркова навчальна дисципліна технологічного спрямування викладається на 1 курсі для здобувачів вищої освіти очної (денної) форми навчання. Семестр, у якому викладається дисципліна, визначається навчальним планом освітньої програми. Вибіркова навчальна дисципліна соціально-психологічного та вибіркова навчальна правового спрямування викладається в 3 або 4, або 5, або 6 семестрі для здобувачів вищої освіти очної (денної) форми навчання. Семестр, у якому викладається дисципліна, визначається навчальним планом освітньої програми.

Обсяг вибіркової навчальної дисципліни мейджора – 5 кредитів ЄКТС. Формою підсумкового контролю дисциплін мейджорів є екзамен (іспит). Дисципліни мейджори викладаються в 5, 6, 7 семестрі для здобувачів вищої освіти очної (денної) форми навчання. Кількість дисциплін мейджорів, яка викладається в певному семестрі, визначається навчальним планом освітньої програми.

Для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, семестр, у якому буде викладатися: дисципліни за спрямуванням, майнори (вільні майнори), мейджори – визначається навчальним планом освітньої програми.

4.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Атестація здійснюється екзаменаційною комісією відповідно до вимог стандарту вищої освіти після виконання здобувачем вищої освіти навчального плану у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи бакалавра за спеціальністю D5 «Маркетинг». До атестації допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали всі вимоги освітньої програми та навчального плану.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	ХНЕУ ім. С. Кузнеця розробляє та затверджує: Положення про атестацію здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Регламент перевірки на унікальність академічних текстів здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця навчально-методичним відділом. Кафедрою маркетингу затверджуються нормативи унікальності текстів кваліфікаційних робіт. Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота – це навчально-наукова робота здобувача вищої освіти, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації бакалавра для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого Екзаменаційна комісія визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачі документа про вищу освіту. Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється ЕК, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційні роботи допущені до захисту на кафедрі мають бути підписані кваліфікованим електронним підписом здобувача вищої освіти, оприлюднені до їх захисту у машинозчитувальному форматі, на постійній основі, з наданням вільного доступу до них без проходження автентифікації та з дотриманням інших вимог, визначених законодавством, зокрема положенням про Національний репозитарій академічних текстів, затвердженим Кабінетом Міністрів України.
Вимоги до публічного захисту	У процесі публічного захисту кандидат на присвоєння бакалаврського ступеня повинен показати уміння чітко і впевнено викладати зміст проведених досліджень, аргументовано відповідати на запитання та вести дискусію. Доповідь здобувача вищої освіти повинна супроводжуватися презентаційними матеріалами, призначеними для загального перегляду. Ухвалення екзаменаційною комісією рішення про присудження ступеня бакалавра маркетингу та видачу диплома бакалавра за результатами атестації здобувача вищої освіти оголошується після оформлення в установленому порядку протоколів засідань екзаменаційної комісії.

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: відповідальності; відповідності; адекватності; автономності; вимірюваності; академічної культури; відкритості. Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти; підготовка та проведення маркетингово-моніторингових та соціальнопсихологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; залучення стейкхолдерів вищої освіти (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямками внутрішнього забезпечення якості; зовнішнє оцінювання якості діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації. Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково- педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом.
Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм	Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актами університету. Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); інших стейкхолдерів. Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення дослідження фокус-групи, аналіз документів, аналіз ситуації, групою відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми. Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється: а) щорічно за результатами моніторингу; б) після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, в) в разі зміни законодавчої та нормативної бази.

Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів	Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами. Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; порядку оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в робочих програмах навчальних дисциплін, робочих планах (технологічних картах) навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням інформаційного середовища Персональної навчальної системи (ПНС) Університету. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.
Забезпечення якості студенто- центрованого навчання, викладання та оцінювання	Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність.
Забезпечення якості науково- педагогічних працівників	Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету, особистісного професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом календарного року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні вченої ради Університету.
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти. Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування освітньої-професійної програми та реалізується через Персональну навчальну систему ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)	З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів

	забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами.
Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються тощо.
Забезпечення академічної доброчесності	Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладу вищої освіти та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності. Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернетсервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням. Нормативними документами в ХНЕУ ім. С.Кузнеця щодо регламентації є такі документи: Кодекс академічної доброчесності; Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про комісію з питань академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Політика використання штучного інтелекту в освітньому процесі та наукових дослідженнях. Використання ШІ-інструментів у навчанні та дослідженнях дозволене як допоміжний засіб за умови обов'язкового декларування їх застосування та критичної оцінки отриманих результатів. Неприйнятним є видавання ШІ-контенту за власний, використання ШІ під час контрольних заходів без дозволу, а також застосування ШІ для маніпуляцій та фальсифікацій. Кваліфікаційні роботи (дипломні роботи / проєкти), підписуються кваліфікованим електронним підписом, оприлюднюються до їх захисту у машинозчитувальному форматі, на постійній основі, з наданням вільного доступу до них без проходження автентифікації та з дотриманням інших вимог.

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання ЗН1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень ЗН2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння УМ1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
ЗК15	ЗН2	УМ1	К2	АВ2
ЗК16		УМ1	К1, К2	АВ1
Спеціальні (фахові) компетентності -				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

Програмні результати навчання	Загальні компетентності																Спеціальні (фахові) компетентності																
	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		
PH1						OK9 OK16 OK23 OK29									OK9		OK16	OK8										OK34 OK37					
PH2			OK4 OK8 OK10 OK11 OK17 OK21			OK9 OK12 OK16 OK18	OK25 OK36	OK13 OK20 OK26	OK7 OK28						OK9				OK16 OK18 OK21 OK26									OK12 OK15 OK19 OK22			OK15 OK32		
PH3							OK25 OK24 OK36						OK11 OK24		OK9 OK36					OK16 OK19 OK27 OK28 OK31 OK32					OK27	OK7 OK26							
PH4								OK6 OK10 OK13 OK17 OK21 OK22 OK26	OK7 OK26										OK17 OK21 OK26			OK26	OK15 OK29 OK30								OK26 OK27 OK28 OK31 OK32		
PH5			OK14 OK26			OK16 OK23 OK24																OK26	OK20 OK22 OK26 OK27 OK28 OK29 OK31 OK32					OK16 OK23 OK24 OK26			OK12 OK16 OK23 OK24 OK26 OK27 OK28 OK29 OK31		
PH6			OK10 OK13 OK16 OK17 OK23 OK27 OK28 OK31			OK14 OK26	OK16 OK23 OK29	OK25 OK34												OK16 OK23	OK16 OK23 OK27 OK28 OK31	OK26	OK16 OK23 OK26 OK27 OK28 OK31 OK32								OK14 OK16 OK23 OK26 OK27 OK28 OK29 OK31		
PH7									OK26																	OK16 OK23	OK16 OK26	OK7 OK19 OK26 OK28					

Програмні результати навчання	Загальні компетентності																Спеціальні (фахові) компетентності															
	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	
PH8			OK7 OK8 OK35	OK7 OK9 OK13		OK16 OK25 OK34 OK36 OK37	OK25 OK34 OK36 OK37								OK9 OK36 OK37		OK7 OK16 OK23 OK24				OK16 OK18 OK27 OK26 OK28 OK31 OK32				OK16 OK23 OK35	OK7 OK26			OK16 OK19 OK24			
PH9						OK9 OK23 OK26 OK29	OK16 OK26 OK28 OK31 OK32 OK34 OK37								OK9 OK36									OK16 OK18					OK12 OK19 OK26	OK16 OK23 OK24 OK29	OK26 OK27 OK28 OK31	
PH10								OK21 OK26	OK1 OK2 OK7 OK28	OK2									OK17 OK21 OK26											OK14 OK27 OK28 OK31 OK34	OK14 OK15 OK16 OK20 OK22 OK26	
PH11			OK12 OK14 OK20 OK22			OK9 OK15 OK16 OK23 OK29	OK25 OK29 OK34 OK35					OK1 OK2 OK14 OK20 OK22 OK24			OK9						OK16 OK32 OK34	OK26			OK23 OK24 OK27 OK28 OK31 OK32				OK26 OK29 OK36 OK37	OK14 OK15	OK16 OK23 OK29	
PH12				OK4 OK13			OK25 OK34 OK36				OK13 OK26				OK36				OK16 OK21 OK26		OK17 OK26											
PH13					OK14									OK11 OK12										OK24							OK14 OK20 OK24	
PH14				OK2 OK28	OK14 OK35		OK14 OK15 OK29 OK30				OK14 OK34									OK16 OK23 OK28 OK29 OK31 OK32											OK14 OK16 OK29	
PH15	OK1 OK3 OK12 OK16	OK3 OK8											OK11 OK24	OK14 OK19																OK24 OK27 OK28 OK31 OK32		
PH16				OK 7 OK 9 OK34 OK35		OK15 OK25 OK36								OK5 OK14	OK9 OK36					OK16 OK23 OK26 OK27	OK16 OK23 OK26 OK27									OK16 OK23 OK29 OK37		

Програмні результати навчання	Загальні компетентності																Спеціальні (фахові) компетентності															
	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	
																				OK28 OK31 OK32	OK28 OK31 OK32											
PH17										OK2							OK1 OK2 OK28											OK1 OK18 OK30				
PH18	OK1 OK3	OK1 OK3 OK5 OK7												OK3 OK5																		
PH19																																OK2 OK2 OK2 OK3 OK3 OK3 OK3 OK3
PH20																OK33																

Гарант

підписано

Олена НЕБИЛИЦЯ

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Назва структурного / функціонального підрозділу / посадова особа	Підпис
1. Навчально-методичний відділ	
2. Відділ забезпечення якості освіти	
3. Завідувач випускової кафедри	
4. Проректор з навчально-методичної роботи	

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму
«Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, розроблена кафедрою маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця, відповідає сучасним вимогам підготовки фахівців у сфері маркетингу та узгоджується із чинними нормативно-правовими документами, зокрема стандартом вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг».

Метою освітньої програми є підготовка конкурентоспроможних фахівців, здатних вирішувати складні професійні завдання у сфері маркетингової діяльності на основі інтегрованого підходу, що поєднує аналітичні, управлінські та цифрові компетентності.

Програма має чітко сформульовану структуру, що включає загальну та професійну підготовку, а також значну частку вибірових компонентів (25%), що забезпечує можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів. Важливою перевагою є орієнтація на практичну підготовку, зокрема через проходження різних видів практик та виконання кваліфікаційної роботи.

Суттєвою особливістю програми є її спрямованість на розвиток сучасних компетентностей, зокрема у сфері цифрового маркетингу, аналітики даних, маркетингових досліджень та комунікацій. Позитивним є залучення до освітнього процесу практиків та використання інноваційних платформ, таких як лабораторія «MarkTechCreative Lab», що сприяє формуванню практичних навичок здобувачів.

Перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей є логічним, системним і відповідає сучасним вимогам ринку праці. Особливу увагу приділено формуванню аналітичного мислення, здатності до прийняття

управлінських рішень, використання цифрових технологій та розроблення креативних маркетингових кампаній.

Результати навчання чітко корелюють із визначеними компетентностями та забезпечують досягнення цілей освітньої програми. Програма враховує сучасні виклики, зокрема необхідність цифровізації, інноваційності та адаптивності маркетингової діяльності в умовах невизначеності.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» є актуальною, збалансованою та відповідає вимогам сучасного ринку праці, забезпечує належний рівень підготовки здобувачів вищої освіти та може бути рекомендована до впровадження та подальшого розвитку.

Головний економіст
ПСП «Пісківське»



Рудько С.В.

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
першого (бакалаврського) рівня ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, розроблена кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, відповідає сучасним вимогам ринку праці та забезпечує підготовку фахівців, здатних ефективно працювати в умовах динамічного бізнес-середовища.

З позиції роботодавця варто відзначити, що програма орієнтована на формування як фундаментальних знань у сфері маркетингу, так і практичних навичок, необхідних для виконання професійних завдань. Особливу цінність має включення дисциплін, пов'язаних із цифровим маркетингом, маркетинговими дослідженнями, поведінкою споживачів та аналітикою, що є надзвичайно актуальними в сучасній бізнес-практиці.

Позитивним є також акцент на розвитку soft skills, зокрема командної роботи, комунікації, критичного мислення та здатності до прийняття рішень. Це значно підвищує адаптивність випускників до реальних умов професійної діяльності.

Важливою перевагою програми є наявність практичної підготовки (виробнича, науково-дослідна, переддипломна практики), що дозволяє здобувачам отримати досвід роботи з реальними бізнес-кейсами. Окремо слід відзначити співпрацю з роботодавцями та залучення практиків до освітнього процесу, що сприяє формуванню актуальних компетентностей.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» у ХНЕУ ім. С. Кузнеця відповідає сучасним вимогам ринку праці, забезпечує якісну підготовку бакалаврів з маркетингу, сприяє формуванню конкурентоспроможних фахівців та може бути рекомендована до впровадження і подальшого розвитку.

РЕЦЕНЗЕНТ :

Директор ТОВ «СІНЕРГІЯ ПРОМБУД»

Юрій БОРДУН

