

Назва навчальної дисципліни	Форма випускової атестації (іспит, дипломний проєкт (робота))	Семестр
1. Маркетинг у системі прийняття управлінських рішень 2. Маркетингова товарна політика 3. Маркетинг промислового підприємства 4. Маркетингові комунікації 5. Поведінка споживача у ринковому середовищі	Комплексний атестаційний екзамен	VIII

V. ПЛАН ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ																				
Шифр за ОПП	НАЗВА ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ЄКТС	Кількість годин						Розподіл годин на тиждень за курсами і семестрами							
		екзамени	заліки	курсів			загальний обсяг	аудиторних			самостійна робота	I курс		II курс		III курс		IV курс		
				проекти	роботи			всього	у тому числі:			семестри								
									лекції	лабораторні		практичні	1	2	3	4	5	6	7	8
													кількість тижнів у семестрі							
													15	15	15	15	15	15	15	14
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
I. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ																				
I.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																				
OK 1.1	Основи навчання, наукового пошуку та академічної доброчесності		1			4	120	44	30		14	76	3							
OK 1.2	Охорона праці, безпека життєдіяльності та цивільний захист		1			3	90	30	16		14	60	2							
OK 1.3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	1				4	120	44	14		30	76	3							
OK 1.4	Інформаційні системи і технології	2	1			4	120	44	14		30	76	1	2						
OK 1.5	Іноземна мова	3	1,2			4	120	44			44	76	1	1	1					
OK 1.6	Фізична культура (Фізичне виховання. Основи здорового способу життя. Психологія стресу і стресостійкості особистості)		2			4	120	44	16		28	76		3						
OK 1.7	Україна в контексті світового розвитку		4			3	90	30	16		14	60				2				
OK 1.8	Інклюзивне суспільство		2			3	90	30	16		14	60		2						
OK 1.9	Основи національного спротиву		2*			5	150	110	46		64	40	4	3,5						
OK 1.10	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	4,5			6	180	88			88	92				2	2	2		
OK 1.11	Філософія	5				3	90	30	16		14	60					2			
OK 1.12	Права людини та верховенство права в сучасних реаліях		5			3	90	30	16		14	60					2			
OK 1.13	Іноземна мова поглибленого вивчення	8	7			4	120	44			44	76							2	1,5
Всього за циклом загальної підготовки		6	13			50	1500	612	200		412	888	14	12	1	4	6	2	2	2

II. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ																			
2.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																			
ОК 2.1	Вступ до спеціальності та етичні принципи маркетингу		1			3	90	30	16		14	60	2						
ОК 2.2	Основи підприємництва		1			3	90	30	16		14	60	2						
ОК 2.3	Економіка підприємства	1				3	90	30	16		14	60	2						
ОК 2.4	Теорія маркетингу	2				3	90	30	16		14	60		2					
ОК 2.5	Економічна теорія (мікро- та макроекономіка)	1,2				5	150	74	44		30	76	2	3					
ОК 2.6	Маркетингові дослідження	2				4	120	46	30		16	74		3					
ОК 2.7	Маркетингова товарна політика	2				4	120	46	30		16	74		3					
ОК 2.8	Менеджмент	4				4	120	46	30		16	74				3			
ОК 2.9	Статистика	3				3	90	30	16		14	60			2				
ОК 2.10	Інформаційні системи і технології в маркетингу		3			4	120	46	30		16	74			3				
ОК 2.11	Маркетингове ціноутворення	4				5	150	60	30		30	90				4			
ОК 2.12	Управління персоналом	4				4	120	46	30		16	74				3			
ОК 2.13	Маркетингові комунікації	4	3			6	180	76	30		46	104			3	2			
ОК 2.14	Маркетинг інновацій		5			5	150	60	30		30	90					4		
ОК 2.15	Маркетинг у системі прийняття управлінських рішень	6	5			9	270	120	60		60	150					4	4	
ОК 2.16	Холістичний маркетинг		6			5	150	60	30		30	90						4	
ОК 2.17	Поведінка споживача у ринковому середовищі	6				5	150	60	30		30	90						4	
ОК 2.18	Хеджування маркетингових ризиків	6				4	120	46	30		16	74						3	
ОК 2.19	Міжнародний маркетинг	7				5	150	60	30		30	90							4
ОК 2.20	Стратегічний і тактичний маркетинг ринкового суб'єкта	8				6	180	60	30		30	120							4
ОК 2.21	Маркетинг промислового підприємства	8				6	180	76	30		46	104							5,5
ОК 2.22	Digital-маркетинг		8			5	150	60	30		30	90							4
КР 1	Курсова робота з освітньої компоненти "Маркетингові комунікації"				4	1	30					30							
КР 2	Курсова робота з освітньої компоненти "Маркетинг у системі прийняття управлінських рішень"				6	1	30					30							
КР 3	Курсова робота з освітньої компоненти "Маркетинг промислового підприємства"				8	1	30					30							
ПР 1	Ознайомча практика		2			6	180					180							
ПР 2	Навчальна практика		4			6	180					180							
ПР 3	Технологічна практика		6			6	180					180							
ПР 4	Виробнича практика		8			6	180					180							
КАЕ	Комплексний атестаційний екзаме	8				2	60					60							
Всього за циклом професійної підготовки		18	12		3	130	3900	1192	634		558	2708	8	11	8	12	8	15	4

III. Вибіркові компоненти освітньої програми																				
ВК 3.1	Вибіркові компоненти освітньої програми	3		5	150	52				98			3,5							
ВК 3.2		3		5	150	52				98			3,5							
ВК 3.3		3		5	150	52				98			3,5							
ВК 3.4		4		5	150	52				98				3,5						
ВК 3.5		5		5	150	52				98					3,5					
ВК 3.6		5		5	150	52				98					3,5					
ВК 3.7		6		5	150	52				98						3,5				
ВК 3.8		7		5	150	52				98							3,5			
ВК 3.9		7		5	150	52				98								3,5		
ВК 3.10		7		5	150	52				98								3,5		
ВК 3.11		7		5	150	52				98								3,5		
ВК 3.12		8		5	150	52				98								3,5		
	Всього ВК	12		60	1800	624				1176			11	4	7	4	14	4		
Частка вибірових компонент у загальному обсязі освітньої програми, %						25%														
		ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ГОДИН																		
		24	37		3	240	7200	2428	834		970	4772	22	23	20	20	21	21	20	19
		Кількість екзаменів											3	5	2	4	1	4	1	4
		Кількість заліків											6	5	5	4	6	3	5	3
		Кількість курсових проєктів																		
		Кількість курсових робіт														1		1		1

ПОГОДЖЕНО

Директор Інституту економіки та менеджменту

Світлана НЕСТЕРЕНКО

"06" квітня 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри

управління та адміністрування

Ростислав ДУБАС

"10" березня 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

Голова Науково-методичного об'єднання управління та адміністрування

Ростислав ДУБАС

"16" квітня 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

В.о. проректора з освітньої діяльності

Світлана НЕСТЕРЕНКО

"23" квітня 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

Начальник відділу

методичної роботи

Вікторія БАУЛА

"23" квітня 2026 р.