

Заклад вищої освіти
Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна"
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ
Президент Відкритого
міжнародного університету
розвитку людини "Україна"

Петро ТАЛАНЧУК
30 квітня 2026 року

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН
підготовки бакалавра
першого рівня вищої освіти
Освітньо-професійна програма
Маркетинг
Marketing
ID 78424

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням Вченої ради
Відкритого міжнародного
університету розвитку людини
"Україна"
протокол № 2
від 30 квітня 2026 року

Галузь знань: **D Бізнес, адміністрування та право**
Спеціальність **D5 Маркетинг**
Форма здобуття освіти: **заочна**
Рік вступу: **2026-2027 н.р.**

Освітній ступінь: **бакалавр**
Освітня кваліфікація: **бакалавр маркетингу**
Термін навчання: **3 роки 10 місяців**
На основі: **повної середньої освіти**

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Вересень					Жовтень				Листопад				Грудень					Січень				Лютий				Березень					Квітень					Травень					Червень					Липень					Серпень					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52					
	1	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23					
	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	31	7	14	21	28	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29					
I					Т												С/Т	С/Т	С/Т	К	К	П	П	П	П									С	С									К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
II					Т										С/Т	С/Т	С/Т			К	К	П	П	П	П						С	С												К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
III					Т										С/Т	С/Т	С/Т			К	К	П	П	П	П								С	С	С											К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
IV				Т						С/Т	С/Т	С/Т								К	К	П	П	П	П			С	С	С												Е															

ПОЗНАЧЕННЯ: Т – теоретичне навчання, С – екзаменаційна сесія, П – практика, К – канікули, Е - атестаційний екзамен.

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, тижні

Курс	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія/Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	Виконання кваліфікаційної роботи	Канікули	Усього
I	1	3	2	4				12
II	1	3	2	4				12
III	1	3	3	4				12
IV	1	3	3	4	1			14
Разом	4	12	10	16	1	0	38	81

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Ознайомча	1,2	4
Навчальна	3,4	4
Технологічна	5,6	4
Виробнича (переддипломна)	7,8	4

IV. АТЕСТАЦІЯ

Назва освітніх компонентів, які включено до іспиту	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																													
Ідентифікатор	НАЗВА ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ЄКТС	Кількість годин							Розподіл годин на тиждень за курсами і семестрами															
		семестри	завантаження	курсові			загальна кількість	всього /ФОН	всього /ФОН	аудиторних			самостійна робота	I курс				II курс				III курс				IV курс			
				проекти	роботи					лекції	семинари	у тому числі:		семестри				семестри				семестри							
												практичні		кількість годин у семестрі				кількість годин у семестрі				кількість годин у семестрі							
														1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
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																													
1.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																													
OK 1.1	Основи навчання, наукового пошуку та академічної доброчесності		1			4	120	44	12	8		4	108	12															
OK 1.2	Охорона праці, безпека життєдіяльності та цивільний захист		1			3	90	30	8	4		4	82	8															
OK 1.3	Українська мова та державна символіка	1				4	120	44	12	4		8	108	12															
OK 1.4	Інформаційні системи і технології	2	1			4	120	44	12	4		8	108	8	4														
OK 1.5	Іноземна мова	3	1,2			4	120	44	12			12	108	4	4	4													
OK 1.6	Фізична культура (Фізичне виховання, Основи здорового способу життя, Психологія стресу і стресостійкості особистості)		2			4	120	44	12	4		8	108		12														
OK 1.7	Україна в контексті світового розвитку		4			3	90	30	8	4		4	82				8												
OK 1.8	Інклюзивне суспільство		2			3	90	30	8	4		4	82		8														
OK 1.9	Вибірковий компонент		2*			5	150	110	28	14		14	122	14	14														
OK 1.10	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	4,5			6	180	88	22			22	158				6	10	6										
OK 1.11	Філософія	5				3	90	30	8	4		4	82				8												
OK 1.12	Права людини та верховенство права в сучасних реаліях		5			3	90	30	8	4		4	82				8												
OK 1.13	Іноземна мова поглибленого вивчення	8	7			4	120	44	12			12	108							8	4								
Всього за циклом загальної підготовки		6	13	0	0	50	1500	612	162	54	0	108	1338	58	42	4	14	26	6	8	4								
II. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ																													
2.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми																													
OK 2.1	Вступ до спеціальності та стичні принципи маркетингу		1			3	90	30	8	4		4	82	8															
OK 2.2	Основи підприємництва		1			3	90	30	8	4		4	82	8															
OK 2.3	Економіка підприємства	1				3	90	30	8	4		4	82	8															
OK 2.4	Теорія маркетингу	2				3	90	30	8	4		4	82		8														
OK 2.5	Економічна теорія (мікро- та макроекономіка)	1,2				5	150	74	20	14		6	130	6	14														
OK 2.6	Маркетингові дослідження	2				4	120	46	12	8		4	108		12														
OK 2.7	Маркетингова товарна політика	2				4	120	46	12	8		4	108		12														
OK 2.8	Менеджмент	4				4	120	46	12	8		4	108				12												
OK 2.9	Статистика	3				3	90	30	8	4		4	82			8													
OK 2.10	Інформаційні системи і технології в маркетингу		3			4	120	46	12	8		4	108			12													
OK 2.11	Маркетингове цінотворення	4				5	150	60	16	8		8	134				16												
OK 2.12	Управління персоналом	4				4	120	46	12	8		4	108				12												
OK 2.13	Маркетингові комунікації	4	3			6	180	76	20	8		12	160			10	10												
OK 2.14	Маркетинг інновацій		5			5	150	60	16	8		8	134					16											
OK 2.15	Маркетинг у системі прийняття управлінських рішень	6	5			9	270	120	30	16		14	240				16	14											
OK 2.16	Холістичний маркетинг		6			5	150	60	16	8		8	134					16											
OK 2.17	Поведінка споживача у ринковому середовищі	6				5	150	60	16	8		8	134					16											
OK 2.18	Хеджування маркетингових ризиків	6				4	120	46	12	8		4	108					12											
OK 2.19	Міжнародний маркетинг	7				5	150	60	16	8		8	134						16										
OK 2.20	Стратегічний і тактичний маркетинг ринкового сегмента	8				6	180	60	16	8		8	164								16								
OK 2.21	Маркетинг промислового підприємства	8				6	180	76	20	8		12	160								20								
OK 2.22	Digital-маркетинг		8			5	150	60	16	8		8	134								16								

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 екзамени	8			2	60						60										
Всього за числом професійної підготовки		18	12		3	130	3900	1192	314	170	0	144	3586	30	46	30	50	32	58	16	52	
III. Вибіркові компоненти освітньої програми																						
ВК 3.1	Вибіркові компоненти освітньої програми		3		5	150	52	14				136			14							
ВК 3.2			3		5	150	52	14				136			14							
ВК 3.3			3		5	150	52	14				136			14							
ВК 3.4			4		5	150	52	14				136				14						
ВК 3.5			5		5	150	52	14				136					14					
ВК 3.6			5		5	150	52	14				136					14					
ВК 3.7			6		5	150	52	14				136					14					
ВК 3.8			7		5	150	52	14				136						14				
ВК 3.9			7		5	150	52	14				136							14			
ВК 3.10			7		5	150	52	14				136							14			
ВК 3.11			7		5	150	52	14				136							14			
ВК 3.12			8		5	150	50	14				136								14		
Всього ВК			12		60	1800	622	168	0	0	0	1632	0,0	0,0	42	14	28	14	56	14		
Частка вибірових компонент у загальному обсязі освітньої програми, %						25%																
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ГОДИН																						
24	37	0	3	240	7200	2426	644	224	0	252	6556	88	88	76	78	86	78	80	70			
Кількість екзаменів												4	4	3	3	1	4	1	4			
Кількість задієв												6	5	5	4	6	3	5	3			
Кількість курсових проєктів																						
Кількість курсових робіт																1		1				

ПОГОДЖЕНО

Директор Інституту
технологій та менеджменту
Світлана НЕСТЕРЕНКО
"06" квітня 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

Завідувач кафедри
управління та адміністрування
Ростислав ДУБАС
"10" березня 2026 р.

ПОГОДЖЕНО

Начальник відділу
методичної роботи
Вікторія БАУЛА
"23" квітня 2026 р.