**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ**

**ЗМІНИ ВВЕДЕНО В ДІЮ**
Наказом ректора
Полтавського університету економіки
і торгівлі
№ 168-І від «28» серпня 2026 року

Ректор

_____ **Сергій ГАРКУША**

**ЗМІНИ ЗАТВЕРДЖЕНО**
Рішенням Вченої ради
Полтавського університету економіки
і торгівлі
протокол № 13 від «28» серпня 2026 року
ОПП затверджена рішенням Вченої ради
Полтавського університету економіки і торгівлі
протокол № 4 від 30 квітня 2025 року
Заступник голови Вченої ради

_____ **Наталія ПЕДЧЕНКО**

# ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 Маркетинг

Галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Освітня кваліфікація бакалавр маркетингу (освітня програма «Інтернет-маркетинг»)

Полтава 2026

**Лист погодження**

**ПОГОДЖЕНО**

| № з/п | Посада | Прізвище, ім'я, по батькові | Науковий ступінь, учене звання | Підпис |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Перший проректор | Педченко Наталія Сергіївна | д.е.н., професор | |
| 2 | Директор Навчально-наукового інституту забезпечення якості вищої освіти | Гасій Олена Володимирівна | к.е.н., доцент | |
| 3 | Директор Навчально-наукового інституту денної освіти | Ткаченко Аліна Сергіївна | д.т.н., доцент | |
| 4 | Завідувач кафедри маркетингу | Іваннікова Марина Миколаївна | к.е.н., доцент | |
| 5 | Гарант освітньої програми | Іваннікова Марина Миколаївна | к.е.н., доцент | |

**Робоча група освітньої програми:**

1. Іваннікова Марина Миколаївна, керівник проектної групи, гарант освітньої програми, завідувач кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
2. Карпенко Наталія Володимирівна, професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор;
3. Яловега Наталія Іванівна – доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
4. Трайно Вікторія Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н.;
5. Телюк Лілія Валеріївна – операційний директор студії архітектури і дизайну Mosto Design;
6. Костенко Алла Олексіївна – виконавчий директор ТОВ «KONSORT»;
7. Кривенко Людмила Грігоріївна – випускниця спеціальності «Маркетинг» ПУЕТ (2019), маркетолог у ХімАгроСтеп;
8. Полєва Яна – випускниця другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
9. Солонар Марина – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
10. Ряднина Вікторія – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
11. Данилейко Максим – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Інтернет-маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Інтернет-маркетинг» розроблена з урахуванням вимог Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня за галуззю знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 «Маркетинг» (затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343).

Освітня програма розглянута і схвалена Вченою радою Навчально-наукового інституту денної освіти (протокол № 5 від 28.04.2025 р.).

Освітня програма затверджена рішенням Вченої ради ПУЕТ (протокол № 4 від 30 квітня 2025 р.) та введена в дію наказом ректора № 87-Н від 30 квітня 2025 р

Зміни до освітньої програми внесені до вимог закону України «Про основи національного спротиву» та наказу Міністерства освіти і науки України від 30 червня 2026 року № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву».

Зміни до освітньої програми «Інтернет-маркетинг» розглянуто та схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту денної освіти (протокол № 1 від 28.08. 2026 р.).

Зміни до освітньої програми «Інтернет-маркетинг» затверджені рішенням Вченої ради університету (протокол № 13 від 28.08.2026р.).

| 1 – Загальна інформація | |
|---|---|
| **Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу** | Полтавський університет економіки і торгівлі, навчально-науковий інститут денної освіти, кафедра маркетингу |
| **Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу** | Ступінь вищої освіти: бакалавр<br>Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право<br>Спеціальність: D5 Маркетинг<br>Освітня програма: Інтернет-маркетинг |
| **Офіційна назва освітньо-професійної програми** | Інтернет-маркетинг |
| **Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми** | Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. |
| **Наявність акредитації освітньої програми** | Сертифікат про акредитацію освітньої програми за рівнем бакалавр № 5291 від 30.06.2023 р. Термін дії – до 01.07.2033 р. |
| **Цикл/рівень** | Національна рамка кваліфікацій України (НРК) – 6 рівень. Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA) – перший цикл. Європейська рамка кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL) – 6 рівень. |
| **Передумови** | Наявність свідоцтва про базову загальну середню освіту, диплома молодшого спеціаліста, диплома молодшого бакалавра.<br>Умови вступу визначаються Правилами прийому до Полтавського університету економіки і торгівлі чинних на дату зарахування |
| **Мова викладання** | Українська. |
| **Термін дії освітньої програми** | На період дії сертифікату |
| **Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми** | https://puet.edu.ua/osvita/organizaciya-osvitnogo-procesu/osvitno-profesijni-programy/ |

| 2 – Мета освітньо-професійної програми | |
|---|---|
| Мета ОП відповідає Місії та Стратегії розвитку університету на 2023-2027 роки (http://www.puet.edu.ua/sites/default/files/str_rozv_puet_2023_2027.pdf ).<br>ОП спрямована підготовку висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу та цифрових технологій із набуттям компетентностей, спрямованих на здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку інтернет-бізнесу в умовах невизначеності; використовувати сучасний інструментарій маркетингу в діяльності підприємств у мережі Інтернет; використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності у цифровому середовищі; аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування інтернет-ринків; планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі тощо. | |
| **3 – Характеристика освітньо-професійної програми** | |
| **Предметна область** | ***Об'єкти вивчення:*** маркетингова діяльність в інтернет-середовищі як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів в умовах глобальної цифровізації процесів.<br>***Цілі навчання***: підготовка бакалаврів маркетингу із поглибленим вивченням сучасних інформаційних технологій які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності у сферу цифрової економіки.<br>***Теоретичний зміст предметної області:*** суть маркетингу як сучасної концепції управління інтернет-бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у інтернет-середовищі; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері інтернет-маркетингу; поєднання сучасних комп'ютерних технологій та маркетингового інструментарію.<br>***Методи, методики та технології:*** загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності у всесвітній мережі Інтернет.<br>***Інструменти та обладнання:*** сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації |

| | |
|---|---|
| | маркетингових управлінських рішень в цифрове середовище.<br>***Загальний обсяг освітньо-професійної програми:***<br>240 кредитів ЄКТС, у тому числі:<br>- обов'язкові навчальні дисципліни – 146 кредитів ЄКТС, 60,8 %;<br>- вибіркові навчальні дисципліни – 60 кредитів ЄКТС, 25 %;<br>- практична підготовка – 33 кредити ЄКТС, 13,8 %;<br>- підсумкова атестація – 1 кредит ЄКТС, 0,4%. |
| **Орієнтація освітньо-професійної програми** | Освітньо-професійна.<br>Програма професійна прикладна.<br>Акцент ОП робиться на здобутті знань та умінь у сфері сучасних цифрових технологій у маркетингу, необхідних для працевлаштування на підприємствах різних форм власності та галузей діяльності і на профільних посадах в органах державної влади, місцевого самоврядування, відкриття і ведення власної справи або можливості продовження освіти (магістерські професійні та наукові програми). |
| **Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації** | Вища освіта в галузі знань D Бізнес, адміністрування та право зі спеціальності D5 Маркетинг за ОП «Інтернет-маркетинг».<br>***Ключові слова:*** маркетинг, інтернет-маркетинг, маркетингова діяльність, сучасні інформаційні технології, маркетингові дослідження цифрового ринку, маркетингова аналітика, інтернет-продажі, web-дизайн, пошукова оптимізація, маркетингове забезпечення інноваційного цифрового продукту, цифровий маркетинг, контент-маркетинг та SMM, інтернет-реклама, нейромаркетинг. |
| **Особливості програми** | ОП поєднує у собі освітні складові професійного характеру з маркетингу та комп'ютерних технологій, такі як: Digital-маркетинг, Копірайтинг, Брендинг, Маркетинг інновацій, Пошукова оптимізація, Web-дизайн, Нейромаркетинг, Контент-маркетинг, SMM. Поєднання інноваційної освітньої складової із значною практичною підготовкою (33 кредити) надає можливостей реалізації на практиці отриманих знань безпосередньо під час навчання. Адаптивність фахових дисциплін до закордонного освітнього простору та наявна особиста траєкторія вільного вибору освітніх складових (25 кредитів вибіркових дисциплін) сформує висококонкурентного фахівця у галузі інтернет-маркетингу і на зарубіжних ринках праці також. |

| 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
|---|---|
| **Придатність до працевлаштування** | Фахівці підготовлені до роботи і здатні виконувати професійні діяльності за секціями відповідно до КВЕД 009:2020:<br>70.21. **Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю** (надання консультаційних послуг, управлінську й оперативну підтримку, що включає діяльність із лобіювання для підтримки компаній та інших організацій із взаємодії та зв'язків із громадськістю).<br>73.11. **Рекламні агентства** (забезпечення повного набору рекламних послуг (за допомогою власних можливостей або на договірній основі), у т.ч. консультування, послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів, їх купівлю, а саме: 1) створення та проведення рекламних кампаній (створення та розміщення реклами в газетах, у періодичних виданнях, на радіо й телебаченні, у мережі Інтернет та інших засобах масової інформації; створення та розміщення засобів реклами на відкритому повітрі (білбордів, панелей, рекламних рамок, віконного оформлення, виставкових залів, розміщення реклами на транспортних засобах тощо); аерореклама; розповсюдження або доставку рекламних матеріалів або зразків; створення стендів та інших демонстраційних поверхонь і сайтів); 2) проведення маркетингових кампаній та інших рекламних послуг задля залучення й утримання клієнтів (просування товарів; реклама в місці продажу; реклама товарів шляхом розсилання поштою рекламних матеріалів на адреси передбачуваних покупців, визначених на основі списків, складених чи придбаних рекламодавцем; маркетингові консультації)<br>**73.20. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки** (вивчення потенціалу ринку, інформованості, прийнятності продуктів, популярності визначеного товару та послуг і купівельних звичок споживачів задля сприяння збуту та розроблення нових видів товарів і послуг, у т.ч. статистичний аналіз результатів; вивчення суспільної думки щодо політичних, економічних і соціальних подій, статистичний аналіз результатів).<br>**74.10. Спеціалізована діяльність із дизайну** (моделювання текстильних виробів, одягу, взуття, ювелірних виробів, меблів та іншого оздоблення для |

| | |
|---|---|
| | інтер'єрів, моделювання інших модних товарів, а також інших предметів особистого користування і побутових товарів; промисловий дизайн – створення та розроблення дизайну та технічних характеристик, які оптимізують використання, вартість і зовнішній вигляд продуктів, у т.ч. визначення матеріалів, механізмів, форми, кольору та поверхні, які притаманні продукту, з урахуванням людських характеристик і потреб, безпеки, ринкового обігу в процесі розподілу, використання та обслуговування; діяльність графічних дизайнерів; діяльність дизайнерів інтер'єру)<br>82.30. **Організування конгресів і торговельних виставок** (організування, просування і/або проведення різних подій, таких як бізнес-покази, збори, конференції та зустрічі, з організацією та наданням персоналу для роботи в місцях проведення подібних заходів або без надання персоналу).<br>**Фахівці підготовлені до роботи в галузі Управління та адміністрування за ДК 003:2010:**<br>1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, постачання збуту, зав'язків з громадськістю<br>2131.2 Аналітик продукту<br>2419.2 Консультант з маркетингу<br>2419.2 Рекламіст<br>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)<br>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку<br>2419.2 Фахівець із зав'язків з громадськістю та пресою<br>3114 – Фахівець інфокомунікацій<br>3411 – Фахівець з корпоративного управління<br>3429 – Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний<br>3436.3 – Помічник керівника малого підприємства без апарату управління<br>3439 – Організатор громадських заходів<br>3439.80 – Фахівець з інтерв'ювання<br>3471 – Дизайнер-виконавець мультимедійних об'єктів<br>3472 – Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації)<br>**Типові посади, які може обіймати:**<br>SMM-маркетолог, SMM-менеджер, контент- |

| | |
|---|---|
| | маркетолог, контент-менеджер, контент мейкер.<br>Таргетолог.<br>Бренд-маркетолог, бренд-менеджер.<br>Цифровий маркетолог; диджитал-маркетолог; Digital-маркетолог; інтернетмаркетолог; фахівець з цифрового маркетингу.<br><br>**International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO - 08):**<br>2431 – Advertising and Marketing Professionals<br>2432 – Public Relations Professionals<br>2433 – Technical and Medical Sales Professionals (excluding ICT)<br>2434 – Information and Communications Technology Sales Professionals<br>2513 – Web and Multimedia Developers<br>3322 – Commercial Sales Representatives<br>3323 – Buyers<br>3332 – Conference and Event Planners<br>3343 – Administrative and Executive Secretaries<br>3412 – Social Work Associate Professionals<br>4223 – Telephone Switchboard Operators<br>4227 – Survey and Market Research Interviewers<br>4229 – Client Information Workers Not Elsewhere Classified |
| **Подальше навчання** | Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти, підвищення кваліфікації. |
| **5 – Викладання та оцінювання** | |
| **Викладання та навчання** | Студентоцентроване навчання, проблемноорієнтоване навчання, індивідуальна освітня траєкторія, використання дистанційних технологій в освітньому процесі – система Moodle (https://el.puet.edu.ua/), навчання на основі самостійних досліджень тощо.<br>Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, самостійної роботи, індивідуальних занять тощо. |
| **Оцінювання** | Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та екзамени (усні та письмові), презентації, захист звітів з практик, комплексний екзамен за фахом. |
| **Система поточного та підсумкового** | Поточний контроль: тестування, виконання завдань самостійної роботи, виконання поточних модульних |

| | |
|---|---|
| **контролю знань** | робіт<br>Підсумковий контроль: залік (ПМК), екзамен, підсумкова атестація (комплексний екзамен). |
| **6 – Програмні компетентності** | |
| **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** | ЗК01. 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.<br>ЗК02. 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.<br>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.<br>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.<br>ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.<br>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.<br>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.<br>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.<br>ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.<br>ЗК10.Здатність спілкуватися іноземною мовою.<br>ЗК11.Здатність працювати в команді.<br>ЗК12.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).<br>ЗК13.Здатність працювати в міжнародному контексті.<br>ЗК14.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.<br>***Додаткові компетентності:*** |

| | |
|---|---|
| | ЗК15. Здатність ухвалювати рішення да діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.<br>ЗК16. Здатність володіти навичками використання сучасних цифрових технологій.<br>ЗК 17*. Здатність до національного спротиву.<br>** ЗК обов'язкова для здобувачів вищої освіти відповідно до вимог Закону України «Про основи національного спротиву» та наказу Міністерства освіти і науки України від 30 червня 2026 року № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву»* |
| **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності** | СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.<br>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.<br>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.<br>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.<br>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.<br>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.<br>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.<br>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.<br>СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.<br>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.<br>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.<br>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. |

| | |
|---|---|
| | СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.<br>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.<br>***Додаткові компетентності:***<br>СК15. Здатність реалізовувати маркетингову діяльність підприємства спираючись на принципи неприпустимості корупції та дотримання норм доброчесності.<br>СК16.Здатність реалізовувати маркетингову діяльність за допомогою сучасних цифрових та інтернет-технологій. |
| **7 – Програмні результати навчання** | |
| ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.<br>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.<br>ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.<br>ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.<br>ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.<br>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.<br>ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.<br>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.<br>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.<br>ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.<br>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.<br>ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості | |

| |
|---|
| до нових знань, бути критичним і самокритичним.<br>ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.<br>ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.<br>ПР15. 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.<br>ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.<br>ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.<br>ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.<br>***Додаткові програмні результати навчання:***<br>ПР19. Автоматизувати процес взаємодії з клієнтами, ефективно організувати зворотний зв'язок, оперативно отримувати маркетингову інформацію із застосуванням сучасних інформаційних технологій.<br>ПР20. Вибудовувати стратегію активної присутності компанії в сучасних соціальних мережах використовуючи інструменти цифрового маркетингу: інтернет-реклама, SEO, контент-маркетинг та SMM тощо.<br>ПР21. Застосовувати сучасні цифрові технології в процесі практичного впровадження маркетингової діяльності.<br>ПР 22*. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички, необхідні для участі в національному спротиві та виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності й територіальної цілісності України.<br>** ПРН обов'язковий для здобувачів вищої освіти відповідно до вимог Закону України «Про основи національного спротиву» та наказу Міністерства освіти і науки України від 30 червня 2026 року № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву».* |

| **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми** | |
|---|---|
| **Кадрове забезпечення** | Викладання навчальних дисциплін на ОП забезпечують професорсько-викладацький склад кафедри маркетингу (професорів, докторів наук – 1 особа, доцентів, кандидатів наук – 4 особи), а також науково-педагогічні працівники інших кафедр університету.<br>Науково-педагогічні працівники, які реалізують виконання ОП володіють високою педагогічною майстерністю, мають відповідну кваліфікацію, професійні компетентності та досвід у сфері освітньої та наукової діяльності. Залучення практиків та професіоналів у сфері маркетингу до освітнього |

| | |
|---|---|
| | процесу.<br>Гарант та науково-педвгогічний склад, що забезпечує реалізацію ОП, відповідають вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти. |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | *Матеріально-технічне забезпечення* навчальних спеціалізованих лабораторій і кабінетів є відповідає сучасним вимогам (мультимедійне та спеціальне обладнання) та дозволяє у повному обсязі забезпечити виконання навчальних програм з навчальних дисциплін за ОП. Обладнання лекційних аудиторій, лабораторій та спеціалізованих кабінетів, що забезпечують навчальний процес за ОП у відповідності до навчального плану в університеті (№/площа м$^2$): 1) Лабораторії та кабінети кафедри маркетингу №132/53,1; 2) лекційні аудиторії на 56-110 посадочних місць з мультимедійним комплексом (ПК з підключенням до локальної і глобальної мереж, стаціонарний мультимедійний проектор) №507, №230, №405, №209, №3М, №3аМ, №224, №419, №523, №336, №435, №114; 3) електронні читальні зали № 1 (135)/186,0, №2(143)/554,0; 4) медіатека №(136)/140,7; 5) спорткомплекс «Олімп» / 3209,4.<br>Базами практики є підприємства, які відповідають профілю підготовки бакалаврів з спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг», та з якими укладені договори на практичну підготовку студентів. Усі здобувачі мають гарантоване місце проходження стажування за кордоном (Туреччина, Болгарія, Німеччина, США). |
| **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення** | Викладання усіх навчальних дисциплін, складання комплексного екзамену за фахом, проходження навчальних та виробничих практик забезпечено підручниками, навчально-методичними посібниками, методичними рекомендаціями, програмами практик та дистанційними курсами авторства викладачів ПУЕТ або інших провідних фахівців України у сфері маркетингу та інформаційно комп'ютерних технологій.<br>Здобувачі вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та викладачі можуть використовувати бібліотеку університету, електроний читальний зал, інституційний репозитарій ПУЕТ. Інформаційні ресурси бібліотеки ПУЕТ за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та |

| | |
|---|---|
| | сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі. Здобувачі вищої освіти можуть отримати доступ до всіх друкованих видань різними мовами, включаючи монографії, навчальні посібники, підручники, словники, тощо.<br>Бібліотека забезпечена вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді - не менш як п’ять найменувань.<br>Для дистанційного доступу до навчально-методичних матеріалів використовується платформа Moodle, на якій розміщуються матеріали дистанційних курсів. |
| **9 – Академічна мобільність** | |
| **Національна кредитна мобільність** | На основі двосторонніх договорів між Полтавським державним аграрним університетом, Західноукраїнським національним університетом, Хмельницьким національним університетом, Львівським торгово-економічним університетом. |
| **Міжнародна кредитна мобільність** | У рамках програми ЄС Еразмус+ КА1 на основі двосторонніх договорів між Університетом та навчальними закладами країн-партнерів: Hellenic Mediterranean University (Грецька Республіка); Ljubljana School of Business (Республіка Словенія); Kodolanyi Janos University (Угорщина); Katowice School of Economics (Республіка Польща) Utenos kolegija, University of Applied Sciences (Литовська Республіка); Universidad de Granada (Королівство Іспанія); Vidzeme University of Applied Sciences (Латвійська Республіка); West University of Timisoara (Румунія); Mardin Artuklu University (Турецька Республіка); програма академічних обмінів Турецької Республіки «Mevlana». |
| **Навчання іноземців та осіб без громадянства** | Особливі умови освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян не передбачено. |

## 2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонентів ОПП

| Код н/д | Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
|---|---|---|---|
| **Обов'язкові навчальні дисципліни** | | **146** | |
| **Цикл загальної підготовки** | | **31** | |
| ОК01 | Ділова українська мова | 3 | екзамен |
| ОК02 | Економіка бізнесу | 5 | залік |
| ОК03 | Іноземна мова | 6 | залік, екзамен |
| ОК04 | Менеджмент | 3 | залік |
| ОК05 | Сучасні інформаційні технології | 5 | екзамен |
| ОК06 | Тренінг: Моя громадянська позиція | 3 | залік |
| ОК07 | Фізичне виховання | 3 | залік |
| ОК08 | Філософія бізнесу | 3 | залік |
| **Цикл професійної та практичної підготовки** | | **115** | |
| ОК09 | Digital-маркетинг | 5 | екзамен |
| ОК10 | Брендинг | 5 | залік |
| ОК11 | Інфраструктура цифрового ринку | 5 | екзамен |
| ОК12 | Контент-маркетинг та SMM | 5 | екзамен |
| ОК13 | Копірайтинг | 5 | екзамен |
| ОК14 | Маркетинг | 5 | екзамен |
| ОК15 | Маркетинг інновацій | 5 | залік |
| ОК16 | Маркетингова аналітика | 5 | екзамен |
| ОК17 | Маркетингове забезпечення цифрового продукту | 5 | екзамен |
| ОК18 | Маркетингове стратегічне планування в цифровому середовищі | 5 | екзамен |
| ОК19 | Маркетингові дослідження цифрового ринку | 5 | екзамен |
| ОК20 | Маркетингові комунікації | 5 | екзамен |
| ОК21 | Міжнародний маркетинг | 5 | залік |
| ОК22 | Нейромаркетинг | 5 | залік |
| ОК23 | Основи Web-дизайну | 5 | залік |
| ОК24 | Поведінка цифрових споживачів | 5 | екзамен |
| ОК25 | Пошукова оптимізація та web-аналітика | 5 | залік |
| ОК26 | Соціально-етичний маркетинг | 5 | залік |
| ОК27 | Товарна політика і ціноутворення в маркетингу | 5 | екзамен |
| ОК28 | Тренінг: Вступ до фаху | 5 | залік |
| ОК29 | Тренінг: практика застосування цифрових | 5 | залік |

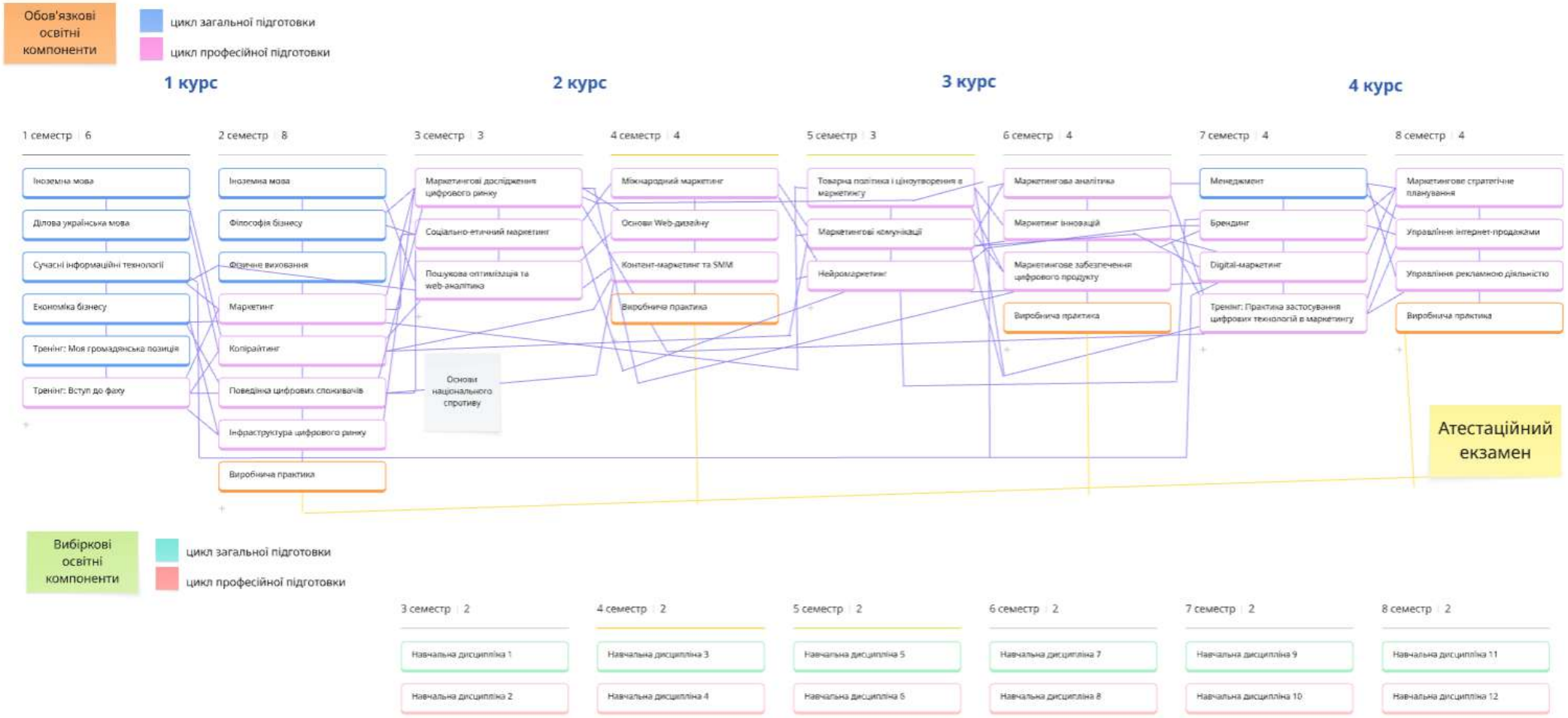
| Код н/д | Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
|---|---|---|---|
| | технологій в маркетингу | | |
| ОК30 | Управління інтернет-продажами | 5 | екзамен |
| ОК31 | Управління рекламною діяльністю | 5 | екзамен |
| **Вибіркові навчальні дисципліни*** | | **60** | |
| ВК1 | Навчальні дисципліни загальноуніверситетського вибору | 30 | залік |
| ВК2 | Навчальні дисципліни професійного вибору | 30 | залік |
| **Практична підготовка** | | **30** | |
| ОК32 | Виробнича практика | 30 | залік |
| **Додаткові обов'язкові освітні компоненти **** | | **3** | |
| ДОК 1 | Основи національного спротиву | 3 | Диф.залік |
| **Підсумкова атестація** | | **1** | |
| | Атестаційний екзамен | 1 | екзамен |
| | **Загальна кількість годин навчальних** | **240** | |

*Примітки:*

** Перелік вибіркових навчальних дисциплін формується щороку та розміщується на сайті ПУЕТ (вкладка «Освіта» – «Вибіркові дисципліни») https://puet.edu.ua/vibirkovi-disciplini/*

*** Вивчення освітнього компонента є обов'язковим для громадян України чоловічої статі, які здобувають вищу освіту відповідно до вимог Закону України «Про основи національного спротиву» та наказу Міністерства освіти і науки України від 30 червня 2026 року № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву».*

## 2.2. Структурно-логічна схема освітнього процесу



## 3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

| | |
|---|---|
| **Форми атестації здобувачів вищої освіти** | Атестація за спеціальністю здійснюється у формі складання атестаційного екзамену. |
| **Вимоги до атестаційного екзамену** | Атестаційний екзамен спрямований на перевірку досягнення результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та освітньою програмою. Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра під час атестації у формі атестаційного екзамену здійснюють члени ЕК на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи і шкали оцінювання. Атестаційний екзамен за фахом здійснюється в письмовій формі, з використанням системи Moodle, OpenTest (тестування). |
| **Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації** | Документ встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу (освітня програма «Інтернет-маркетинг») |

## 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

| Компетентності ОПП | Компоненти ОПП | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ОК01 | ОК02 | ОК03 | ОК04 | ОК05 | ОК06 | ОК07 | ОК08 | ОК09 | ОК10 | ОК11 | ОК12 | ОК13 | ОК14 | ОК15 | ОК16 | ОК17 | ОК18 | ОК19 | ОК20 | ОК21 | ОК22 | ОК23 | ОК24 | ОК25 | ОК26 | ОК27 | ОК28 | ОК29 | ОК30 | ОК31 | ОК32 | ДОК1 |
| **Загальні компетентності** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗК01 | | + | | | + | + | + | | | + | | | | | | | + | | | + | | + | | + | | + | | | | + | + | + | + |
| ЗК02 | | + | | | + | + | | | | + | | | | | | | + | | | | | + | | + | | + | | + | | + | | + | + |
| ЗК03 | | | | | | | + | + | + | | + | | + | + | + | + | + | | + | | + | | + | + | + | | + | + | | | | + | |
| ЗК04 | | | | | + | | + | + | + | | | + | | | + | + | + | | | | | + | | | + | | + | + | | | | + | |
| ЗК05 | | + | | + | | | | | | | | | | | + | + | + | | | | + | | | | | | + | | | | | + | |
| ЗК06 | | + | | | | | + | + | + | | + | | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | | | | + | + | | | | | + | |
| ЗК07 | | | | | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + | | | | | | | | + | | + | + | + | |
| ЗК08 | | | | | | | | + | | | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | + | | | | | | | | | + | |
| ЗК09 | | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | | + | | | + | + | | | | | + | + | | + | |
| ЗК10 | + | + | + | | + | | | + | + | + | | + | | + | | | + | | + | + | | + | + | | + | | | | + | + | | + | |
| ЗК11 | | + | | + | + | + | | + | + | | | | + | | + | + | + | | + | + | | | | | + | + | | + | + | | | + | |
| ЗК12 | + | + | | + | + | | | | + | | | + | | | | | + | + | | + | | | | | + | | | | + | | | + | |
| ЗК13 | | + | + | | + | + | | + | + | + | | + | | | | + | | | + | + | + | + | + | | + | | | | + | + | | + | |
| ЗК14 | | | | | + | + | + | | + | + | | + | | | | + | + | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + | | + | |
| ЗК15 | | | | + | | | | | | + | | | | + | | | | + | + | | | | | | | + | + | | | | + | + | |
| ЗК16 | | | | + | | | | | | + | | | | + | | | | + | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ЗК17* | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + |
| **Спеціальні компетентності** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| СК01 | | + | + | | | | + | + | + | | | | | + | | | | | | + | | | | | | + | | + | | | + | + | |
| СК02 | | | | | | | + | | + | | | | | | | | | | | + | | + | | | | + | | + | | | | + | |
| СК03 | | | | | | | | + | + | + | + | | | | + | + | + | + | | | | | + | + | | | | | | | | + | |
| СК04 | | + | | | | | | | | | | | | + | + | + | + | + | | | | + | | | | | | | | | | + | |
| СК05 | | | | | + | | | + | + | | | | | + | + | + | + | | | + | | + | | | + | | | | | + | | + | |
| СК06 | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | + | | + | | + | | | | | | | | | + | + | + | |
| СК07 | | | | | + | | | | | | | | | + | + | + | + | | + | | + | | | | + | | | | | | | + | |
| СК08 | | + | | | + | | | | + | | | + | | | + | + | + | | | + | | | | | + | | | + | | | | + | |
| СК09 | | | | | + | | | + | + | | | + | | | + | + | | + | | + | | | | | + | + | | | | + | | + | |
| СК10 | | + | | | | | | + | + | | | | + | | + | | + | + | | | | | | | | | | | + | | | + | |
| СК11 | | | | | + | | | | | + | + | | | | + | + | + | | | + | | | | + | + | | | | + | + | | + | |
| СК12 | + | | + | | | | | | + | | | + | | + | + | + | + | | + | | + | + | | + | | + | + | | + | | | + | |
| СК13 | | | | + | + | | | + | | + | | | | | + | + | + | + | | | | + | + | + | + | | | | | + | | + | |
| СК14 | | | | | | | + | + | + | | + | | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | | | | | | + | | + | |
| СК15 | | | | | | | | | | + | | | | + | | | | | | | | | | | | + | | | | | | + | |
| СК16 | | | | | + | | | | | | | | | + | | | | | + | | | | | | | | | | | | | + | |

## 5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

| Програмні результати навчання | Компоненти ОПП | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ОК01 | ОК02 | ОК03 | ОК04 | ОК05 | ОК06 | ОК07 | ОК08 | ОК09 | ОК10 | ОК11 | ОК12 | ОК13 | ОК14 | ОК15 | ОК16 | ОК17 | ОК18 | ОК19 | ОК20 | ОК21 | ОК22 | ОК23 | ОК24 | ОК25 | ОК26 | ОК27 | ОК28 | ОК29 | ОК30 | ОК31 | ОК32 | ДОК1 |
| ПР01 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | + | | | | + | | | + | | | + | |
| ПР02 | | | | | | | | | | | + | | + | | + | + | + | | + | + | | | | | | | | | | + | | + | |
| ПР03 | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | + | | | + | | | | | | + | | + | |
| ПР04 | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПР05 | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | + | | | | | + | | | | | | | | + | |
| ПР06 | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПР07 | | | | | | | | + | | | | + | | | | + | + | + | + | | | + | + | | + | | | | + | + | | + | |
| ПР08 | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | + | | + | | + | |
| ПР09 | | + | | | | | | | | + | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПР10 | | + | | | | | + | + | | | | | | | | | | + | | | + | | + | + | | | | | | + | | + | |
| ПР11 | | | | | | | + | | | + | | | | | | | + | | | | | | | + | | | | | | + | | + | |
| ПР12 | | + | | | | | + | | | | | + | | + | + | + | | | | | | | | + | | | + | | | | | + | |
| ПР13 | | | | + | | | | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | + | | | | + | | + | |
| ПР14 | | + | | + | | | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | | | | | | + | + | + | |
| ПР15 | | + | | | + | + | + | | + | + | | | | + | | | | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | | | | + | + |
| ПР16 | | + | | | + | | | | | | | | | | | | | | | + | + | + | | + | + | | | | | | | + | |
| ПР17 | + | | + | | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | + | |
| ПР18 | | + | | | + | + | | | | + | | | | | | | + | | + | | + | | + | + | + | + | + | | | | + | + | + |
| ПР19 | | | | | | | | + | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПР20 | | | | | | | | + | | | | | | | | | | + | + | + | + | + | | | | | | | | | | + | |
| ПР21 | | | | | | | | + | | | | + | | | | + | + | | + | | | + | + | | + | | | | + | | | + | |
| ПР22 * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + |