

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

« 31 » 03 2023 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»**

Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
**ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»**

Голова вченої ради

Леонід ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 3 від «31.03 2023 р.

Харків 2023 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	Бакалавр маркетингу

**СХВАЛЕНО**

Робочою групою ОП  
«Рекламний бізнес»  
Гарант освітньої програми

 Тетяна РОМАНЧИК

« March 27 2023 р.

**РЕКОМЕНДОВАНО**

Методичною радою НТУ «ХПІ»  
Заступник голови методичної ради

 Руслан МІГУЩЕНКО

« March 31 2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**


Завідувач кафедри маркетингу

 Діана РАЙКО

« March 27 2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**

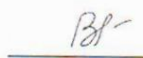
В.о. директора навчально-наукового  
інституту економіки, менеджменту та  
міжнародного бізнесу

 Олександр МАНОЙЛЕНКО

« March 27 2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**

Здобувачка вищої освіти  
(член робочої групи), гр. БЕМ-919а

 Владислава ЗЛЕНКО

« March 27 2023 р.

## **REVIEWERS:**

Positive reviews of the educational program were received from:

1. Popova I.A. - Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Organization and Economics pharmacy of the National Pharmaceutical University;
2. Zakharchenko Yu.O. - director of "WILD TECHNOLOGY" LLC;
3. Rotenberg T.P. - directors of the FOP;
4. Chaplyginoi L.V. - obtaining the first level of higher education in the specialty "Marketing" of NTU KhPI, BEM-919v group



## РЕЦЕНЗІЯ

### НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ «РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС» ПЕРШОГО РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ

Сучасний розвиток бізнесу в умовах зростання конкурентності ринків, динамічності маркетингового середовища вимагає ефективного застосування реклами, як одного з методів просування товарів або послуг. В свою чергу, реклама також динамічно розвивається, пристосовуючись до змін у середовищі, потребах споживачів, їх сприйнятті інформації. Розвиток рекламного ринку змушує його учасників детально вивчати аспекти бізнесу, а також швидко адаптуватися і прогнозувати майбутні тенденції.

Мета освітньо-професійної програми «Рекламний бізнес» є актуальною і затребуваною відповідно до реальної ситуації на ринку й полягає у підготовці сучасних фахівців, які можуть вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у рекламній сфері маркетингової діяльності.

Освітньо-професійна програма «Рекламний бізнес» відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021).

Представлена в програмі логіко-структурна схема підготовки бакалавра за спеціальністю «Маркетинг», що демонструє послідовність вивчення освітніх компонентів по семестрах протягом усього періоду навчання та зв'язок між ними, сприяє формуванню у здобувачів цілісного уявлення про зміст підготовки за рецензованою програмою.

Враховуючи вищенаведене, вважаємо, що освітньо-професійна програма «Рекламний бізнес» за спеціальністю 075 Маркетинг відповідає ключовим положенням сучасного освітнього законодавства та може бути використана в освітньому процесі для підготовки здобувачів першого рівня вищої освіти.

Рецензент

к.е.н., с.н.с., доцент кафедри організації

та економіки фармації Національного

фармацевтичного університету

Ірина ПОПОВА



*Слідпис* *Поповою*

*Стривідний працівник* *В.І. Дверницька*

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Рекламний бізнес»  
першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Стратегічний розвиток нашої держави потребує суттєвих змін у всіх сферах життя суспільства, в тому числі й у сфері освіти. Сучасні пріоритети державної політики у сфері освіти, спрямовані на підготовку фахівців з високим інтелектуальним потенціалом, розвиненими професійними якостями, самореалізацією та саморозвитком. Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, має бути пріоритетним напрямком.

Освітньо-професійна програма «Рекламний бізнес» сформована як система загальних компетентностей та програмних результатів навчання для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма «Рекламний бізнес» містить: профіль освітньо-професійної спеціалізованої програми за спеціальністю 075 «Маркетинг», перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічну послідовність, розподіл змісту освітньої програми за групами компонентів та циклами підготовки, форми атестації здобувачів вищої освіти; матриці відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньої програми.

Вважаю, що програма є актуальною, відповідає освітньо-кваліфікаційній характеристиці підготовки фахівців з даної спеціальності, здійснює якісну підготовку здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг.

*Директор*



*Захарченко Ю.О.*

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітню програму «Рекламний бізнес» першого рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» НТУ «ХПІ»

На сьогодні стає дедалі очевидним, що жодне сучасне підприємство не може обходитися без рекламної діяльності, яка за останні декілька років вже перетворилася на структурований бізнес із зростаючим обсягом рекламних послуг. Тому на сьогодні стають актуальними питання підготовки фахівців, які не тільки володіють прийомами маркетингу і менеджменту, а також розуміються на застосуванні сучасних рекламних технологій та створенні рекламного креативу, вміють оптимізувати весь процес комунікації та концентруватися на питаннях розбудови рекламного бізнесу. Таким чином можна стверджувати, що освітня програма «Рекламний бізнес» є актуальною та перспективною.

Освітня програма «Рекламний бізнес» першого рівня вищої освіти, що подана на рецензування, в повній мірі відповідає сучасним потребам ринку. Структура програми логічна та послідовна, вона надає можливість здобувачам в повній мірі оволодіти теоретичними та практичними знаннями з дисциплін як фахової, так і загальної підготовки. А це, в свою чергу, дозволяє майбутнім фахівцям отримати усі необхідні компетентності та вміння для подальшої успішної професійної діяльності.

Необхідно також відмітити практичну складову освітньої програми. Так, здобувачі в продовж навчання проходять різні види практичної підготовки, загальний обсяг якої складає 15 кредитів: ознайомчу практику, навчальну та виробничу. Це, в свою чергу, надає здобувачам можливість швидко адаптуватися під час їх працевлаштування.

Аналіз рецензованої освітньої програми дозволяє зробити висновок про те, що освітня програма «Рекламний бізнес» може бути рекомендована до впровадження в навчальному процесі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» для підготовки фахівців з рекламного бізнесу.

Директор  
ФОП Ротенберг Т.П.



Ротенберг Т.П.



РЕЦЕНЗІЯ  
на освітню програму «Рекламний бізнес»  
першого рівня вищої освіти  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
в НТУ «ХПІ»

Сьогодні на ринку відчувається гострий попит не просто на маркетологів, а фахівців, що спеціалізуються на рекламній індустрії та рекламному бізнесі. У керівників як малого, середнього так і великого бізнесу росте розуміння необхідності рекламної діяльності як організаційного ресурсу. Тож підготовка фахівців здатних розуміти тонкощі та специфіку рекламної індустрії є актуальним та необхідним елементом в сучасному висококонкурентному світі.

Актуальність та доцільність змісту освітньої програми підготовки здобувачів першого рівня вищої освіти «Рекламний бізнес» передбачає розвиток як загальних, так і спеціальних компетентностей майбутніх фахівців в сфері рекламного бізнесу, забезпечує здобуття теоретичних та практичних результатів навчання у ході навчальної, наукової та самостійної роботи здобувачів.

В освітній програмі «Рекламний бізнес» наявні всі, необхідні для досягнення її випускниками якісного результату, компоненти: мета програми, опис предметної області (галузі знань), основний фокус програми, її особливості, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, перелік загальних та спеціальних компетентностей та програмні результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми.

Освітня програма розроблена з урахуванням вимог сучасного ринку праці та вбирає в себе як загальні, профільні так і дисципліни вільного вибору. Це в свою чергу дає змогу сформувати фундаментальні знання та фахові навички в сфері рекламного бізнесу. Дає можливість апробувати їх під час практичного тренінгу, проходження навчальної та виробничої практики на підприємствах, виступах на конференціях та семінарах, під час написання наукових статей, наукових студентських робіт та їх презентації.

Староста групи БЕМ-919в

Любов ЧАПЛИГІНА

## PREFACE

Corresponds to the Standard of higher education of the first (bachelor) level of the field of knowledge 07 "Management and administration", specialty 075 "Marketing", approved and put into effect by the order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 1343 dated 05.12.2018.

Developed by the working group of the OP "Advertising Business" of the Educational and Scientific Institute of Economics, Management and International Business of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" in the composition of:

### **Guarantor of the educational program:**

ROMANCHIK Tetyana Volodymyrivna (Science of Economics, Assoc., Associate Professor of the Department of Marketing of NTU "KhPI")

### **OP working group members:**

1. Maria Volodymyrivna MIROSHNYK (Science of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department marketing of NTU "KhPI");

2. Nadiya Petrivna TKACHOVA (Science of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing NTU "KhPI");

3. ZLENKO Vladyslava Olehivna (graduate of the first level of higher education "Marketing" specialty, gr. BEM-919a).



## 1. PROFILE OF THE EDUCATIONAL PROGRAM WITH SPECIALTY 075 "MARKETING"

1 - General information	
Higher educational institution and structural unit	National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"  Educational and Scientific Institute of Economics, Management and International Business Department of Marketing
Degree of higher education and the title of the qualification in the original language	First (undergraduate), Bachelor of Marketing
The official name of the educational program	Educational and professional program "Advertising business"
Type of diploma and scope of the educational program	Bachelor's degree, single, 240 ECTS credits, 3 years 10 months
Availability of accreditation	
Program cycle / level first (bachelor)	level of higher education, NRK - level 6, QF LLL - level 6, FQEHEA - first cycle.
Prerequisites	persons who have completed general secondary education or a "junior bachelor" degree can apply for a bachelor's degree
Language(s) of instruction	Ukrainian
Duration of the educational program	3 years and 10 months from the date of introduction
Internet address of permanent accommodation description of the educational program	<a href="http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/advertising-business/">http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/advertising-business/</a>
2 - The purpose of the educational program	
The purpose of the educational program is the formation of a system of professional knowledge and practical skills necessary for effective management of business processes in advertising activities based on the comprehensive application of marketing technologies and the latest communication technologies. The purpose of the educational program corresponds to the Development Strategy of NTU "KhPI" for 2021-2025 ( <a href="https://public.kpi.kharkov.ua/strategiya-rozvitku-ntu-hpi-na-period-2021-2025-roki/">https://public.kpi.kharkov.ua/strategiya-rozvitku-ntu-hpi-na-period-2021-2025-roki/</a> )	
3 – Characteristics of the educational program	
Subject area (field of knowledge, specialty, specialization)	Field of knowledge: Management and administration Specialty: Marketing Object of study: advertising as a form of marketing activity and the sphere of building a business to satisfy the economic and social interests of market subjects.  Learning objectives: training bachelors of marketing who possess economic thinking establishment and relevant modern competencies necessary for effective of advertising activities and successful organization of advertising business.  Theoretical content of the subject area: conceptual and categorical apparatus, principles, functions, concepts of marketing; the place of advertising in the marketing communications system; principles, methods and means of advertising influence; organization of business in the advertising sphere; the specifics of the activities of advertising agencies in different types of markets; content of marketing activities of advertising agencies, formation

	<p>managerial decisions in the field of marketing.</p> <p><i>Methods, techniques and technologies:</i> general scientific and special methods, professional methods and technologies necessary to ensure effective creative, analytical, marketing activities.</p> <p><i>Tools and equipment:</i> modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions.</p>
<b>Orientation of the educational program</b>	<p>Educational and professional program with applied orientation.</p> <p>Professional emphasis: the formation of professional competence in the ability to carry out marketing and administrative activities in enterprises and organizations, in particular in the field of advertising, to effectively organize advertising business based on the application of the latest technologies in the organization of marketing and advertising activities.</p>
<b>The main focus of the educational program and specialization</b>	<p>General education in specialty 075 "Marketing".</p> <p>Keywords: marketing, advertising, marketing complex, advertising business, sales promotion, merchandising, media planning, creativity, advertising psychology, advertising appeal, advertising effectiveness.</p>
<b>Features of the program</b>	<p>The program is multidisciplinary and involves the formation of skills and abilities in the field of advertising business and management of marketing activities of market entities. A feature of this program is a detailed study of the forms and methods of advertising influence, planning, implementation and management of advertising campaigns, justification of the choice of methods, means, timing of advertising events, as well as the study of other issues related to advertising activities both from the side of advertising agencies and from advertising companies based on the study of classic marketing tools and new trends in marketing development. Studying the disciplines of this program will allow applicants to develop their awareness of organizing their own business and managing business processes in the field of advertising.</p>
<b>4 – Eligibility of graduates to employment and further education</b>	
<b>Suitability for employment</b>	<p>Professional opportunities of graduates (according to the Classifier of professions DK 003:2010).</p> <p>1233 Marketing Director, Head of the Sales (Marketing) Department</p> <p>1234 Head of department (advertising, public relations)</p> <p>1475.4 Marketing manager</p> <p>1476.1 Advertising manager</p> <p>2419.2 Advertiser</p> <p>2419.2 Specialist in sales market expansion methods (marketer)</p> <p>2419.2 Marketing consultant</p> <p>3429 Advertising representative</p> <p>3429 Merchant (business and advertising services)</p> <p>3429 Advertising agent</p>
<b>Further education</b>	<p>Further continuation of education at the second (master's) level of higher education is possible, NRK – 7th level, QF-LLL – Level 7, FQ-EHEA – second cycle.</p>

	The possibility of obtaining additional postgraduate education.
<b>5 – Teaching and assessment</b>	
Teaching and teaching	<p>Student-centered learning, problem-oriented learning, distance learning in the Office 365 system, self-learning, learning through laboratory and practical tasks, research-based learning.</p> <p>Teaching is carried out in the form of: lectures, multimedia lectures, interactive lectures, seminars, practical classes, laboratory work, consultations, independent study, performance of coursework based on the study of textbooks, manuals, periodical scientific publications, use of the Internet. Current and final knowledge control (surveys, control and individual tasks, testing, etc.), credits and exams, presentations, defense of a practice</p>
Assessment	report, final qualification exam.
<b>6 – Software competencies</b>	
Integral competence	The ability to solve complex specialized tasks and practical problems in the field of marketing activities or in the learning process, which involves the application of relevant theories and methods and is characterized by the complexity and uncertainty of conditions. ZK1. The ability to realize one's rights and responsibilities as a member of society,
General competences	<p>to realize the values of a civil (free democratic) society and the need for its sustainable development, the rule of law, the rights and freedoms of a person and a citizen in Ukraine. ZK2. The ability to preserve and multiply moral, cultural, scientific values and achievements of society based on understanding the history and patterns of development of the subject area, its place in the general system of knowledge about nature and society and in the development of society, technology and technologies, to use various types and forms of motor activity for active recreation and leading a healthy lifestyle. ZK3. Ability to abstract thinking, analysis and synthesis. ZK4. Ability to learn and master modern knowledge. ZK5. Determination and persistence in relation to assigned tasks and assumed responsibilities. ZK6. Knowledge and understanding of the subject area and understanding of professional activity. ZK7. Ability to apply knowledge in practical situations. ZK8. Ability to conduct research at an appropriate level. ZK9. Skills in using information and communication technologies. ZK10. Ability to communicate in a foreign language. ZK11. Ability to work in a team. ZK12. Ability to communicate with representatives of other professional groups at different levels (with experts from other fields of knowledge/types of economic activity). ZK13. Ability to work in an international context. ZK14. The ability to act socially responsibly and consciously.</p>

<p>Professional competencies of the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)</p>	<p>SK1. The ability to logically and consistently reproduce the acquired knowledge of the subject area of marketing.  SK2. The ability to critically analyze and generalize the provisions of the subject area of modern marketing. SK3. The ability to use the theoretical provisions of marketing to interpret and predict phenomena and processes in the marketing environment. SK4. The ability to conduct marketing activities based on an understanding of the essence and content of marketing theory and the functional relationships between its components. SK5. Ability to correctly apply marketing methods, techniques and tools. SK6. The ability to conduct marketing research in various areas of marketing activity. SK7. The ability to determine the impact of functional areas of marketing on the results of economic activity of market entities. SK8. Ability to develop marketing support for business development in conditions of uncertainty. SK9. The ability to use marketing tools in innovative activities. SK10. Ability to use marketing information systems in making marketing decisions and develop recommendations for improving their effectiveness. SK11. The ability to analyze the behavior of market subjects and determine the peculiarities of the functioning of markets. SK12. The ability to substantiate, present and implement the results of research in the field of marketing. SK13. The ability to plan and implement effective marketing activities of a market entity in a cross-functional section. SK14. Ability to propose improvements to marketing functions.</p> <p>SK 15. The ability to develop a quality advertising product based on the application of marketing technologies.  SC 16. The ability to evaluate and regulate the effectiveness of advertising activities.  SK 17. The ability to develop and implement strategic decisions regarding the activities of enterprises in the advertising</p>
<b>industry. 7 – Program learning outcomes</b>	
<p>Program results training for specialty (defined by the standard of higher education specialty)</p>	<p>P1. Demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities.  P2. Analyze and forecast market phenomena and processes based on the application of fundamental principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities.  P3. Apply acquired theoretical knowledge to solve practical tasks in the field of marketing.  P4. Collect and analyze the necessary information, calculate economic and marketing indicators, substantiate management decisions based on the use of the necessary analytical and methodical tools.</p> <p>P5. Identify and analyze key characteristics</p>



	<p>marketing systems of different levels, as well as the peculiarities of the behavior of their subjects.</p> <p>P6. To determine the functional areas of the marketing activity of the market entity and their interrelationships in the management system, to calculate the relevant indicators that characterize the effectiveness of such activities.</p> <p>P7. Use digital information and communication technologies, as well as software products necessary for the proper implementation of marketing activities and the practical application of marketing tools.</p> <p>P8. Apply innovative approaches to the implementation of marketing activities of a market entity, flexibly adapt to changes in the marketing environment.</p> <p>P9. Assess the risks of conducting marketing activities, establish the level of uncertainty of the marketing environment when making management decisions.</p> <p>P10. Explain information, ideas, problems and alternative options for making management decisions to specialists and non-specialists in the field of marketing, to representatives of various structural subdivisions of the market entity.</p> <p>P11. Demonstrate the ability to apply an interdisciplinary approach and perform the marketing functions of a market entity.</p> <p>P12. Demonstrate the skills of independent work, flexible thinking, openness to new knowledge, be critical and self-critical.</p> <p>P13. To be responsible for the results of one's activity, to show entrepreneurial and managerial initiative skills.</p> <p>P14. Perform functional duties in the group, offer reasonable marketing solutions.</p> <p>P15. To act socially responsible and socially conscious on the basis of ethical principles of marketing, respect for cultural diversity and values of civil society with respect for individual rights and freedoms.</p> <p>P16. To meet the requirements of a modern marketer, to raise the level of personal professional training.</p> <p>P17. Demonstrate written and oral professional communication skills in national and foreign languages, as well as proper use of professional terminology.</p> <p>P18. Demonstrate responsibility in relation to moral, cultural, scientific values and achievements of society in professional marketing activities.</p> <p>P19. Demonstrate ability to use marketing information and develop quality promotional products. P20. Formulate and justify decisions regarding the company's development strategy in the field of advertising. P21. Demonstrate the skills of monitoring the effectiveness of advertising campaigns, generating and justifying proposals for adjusting their effectiveness.</p>
<b>8 – Resource support for program implementation</b>	
Staff support	Personnel provision of the educational program corresponds to the resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 30.12.2015 No. 1187 "On the approval of the Licensing conditions for conducting educational activities"

	educational institutions" (with changes introduced in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 365 of March 24, 2021).
<b>Material and technical support</b>	Meets the technological requirements for the material and technical support of educational activities in the field of higher education in accordance with the current legislation of Ukraine (Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Approval of Licensing Conditions for Conducting Educational Activities of Educational Institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 (as amended in accordance with with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 365 of March 24, 2021)
<b>Information and educational and methodological support</b>	Meets the technological requirements for educational, methodological and informational support of educational activities in the field of higher education in accordance with the current legislation of Ukraine (Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of licensing conditions for educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 (as amended, entered in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 365 dated 03.24.2021)
<b>9 – Academic mobility</b>	
<b>National credit mobility</b>	On the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and higher educational institutions of Ukraine
<b>International credit mobility</b>	Academic mobility based on bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and the University of Miskolc (Hungary), the University of Maribor (Slovenia); Otto von Herricke University of Magdeburg (Germany); University of Szczecin, (Poland)
<b>Education of foreign students of higher education</b>	It is possible after studying the Ukrainian language course

## 2. LIST OF EDUCATIONAL PROGRAM COMPONENTS

Code	Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, qualification work)	Number loans ECTS	Final control form
<b>MANDATORY COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>			
<b>1.1 General preparation</b>			
ZP 01	Foreign Language	16.0	Assessment (1-7), Exam (8)
ZP 02	Ukrainian language (professional direction)	3.0	Exam
ZP 03	Jurisprudence	4.0	Test
ZP 04	Higher mathematics	6.0	Exam
ZP 05	Economic informatics	5.0	Exam
ZP 06	Philosophy	3.0	Exam
ZP 07	History and culture of Ukraine	4.0	Exam
ZP 08	Economic statistics	4.0	Test
ZP 09	Microeconomics	5.0	Exam
ZP 10	Macroeconomics	5.0	Exam
ZP 11	Physical education	12.0	Test
<b>1.2 Special (professional) training</b>			
SP 01	Introduction to. Introductory practice 3.0 Fundamentals of		Test
SP 02	entrepreneurship 5.0 Fundamentals of management 5.0 Marketing 11.0		Exam
SP 03	Business economics 5.0 Personnel management 5.0 Finance 5.0		Exam
SP 04	Information systems and technologies in marketing 4.0 Marketing		Assessment (2), Exam (3)
SP 05	research 5.0 Advertising business 4.0 4.0 5.0 4.0 5.0 5.0 4.0 4.0 5.0		Exam
SP 06	3.0 4.0 6.0 6.0 3.0 177.0		Test
SP 07			Test
SP 08			Exam
SP 09			Exam
SP 10			Exam
SP 11	Product marketing		Test
SP 12	Accounting Digital		Test
SP 13	marketing Marketing		Exam
SP 14	communications Marketing		Exam
SP 15	pricing Marketing sales policy		Exam
SP 16	Communication technologies Planning		Exam
SP 17	and forecasting in marketing		Exam
SP 18	Team building Advertising creative Training and		Exam
SP 19	production		Exam
SP 20	practice Production		Exam
SP 21	practice Attestation The <b>total volume</b>		Test
SP 22	<b>of mandatory</b>		Test
	<b>components:</b>		Exam
<b>ELECTIVE COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>			
<b>2.1 Profiled package of disciplines 2.1.1</b>			
<b>Profiled package of disciplines 01 "Marketing of business processes" Riskology</b>			
VP 1.1		4.0	Exam
VP 1.2	CRM systems	4.0	Exam
VP 1.3	Marketing strategies of the enterprise	4.0	Exam
VP 1.4	Formation of consumer loyalty Management	4.0	Exam
VP 1.5	of competitiveness Practical training on	4.0	Exam
VP 1.6	business organization	3.0	Test

Code	Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, qualification work)	Number loans ECTS	Final control form
<b>2.1.2 Profiled package of disciplines 02 "Marketing communications"</b>			
VP 1.1	Digital advertising 4.0 PR in business 4.0 Trade marketing	4.0	Exam
VP 1.2	Branding 4.0 Evaluation of the effectiveness of advertising activities		Exam
VP 1.3	4.0 Practical training in marketing communications 3.0 2.2		Exam
VP 1.4	<b>Disciplines of free choice of the recipient of specialized training</b>		Exam
VP 1.5	<b>according to the list</b>		Exam
VP 1.6			Test
GDP	Disciplines 1-8 28.0 Credit		
<b>2.3 Disciplines from the general university catalog</b>			
VD Disciplines 1-3	<b>Total volume</b>	12.0	Test
<b>of optional components: TOTAL VOLUME</b>		63.0	
<b>OF THE EDUCATIONAL PROGRAM:</b>		240.0	

### 3. DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM BY GROUPS OF COMPONENTS AND CYCLES OF PREPARATION

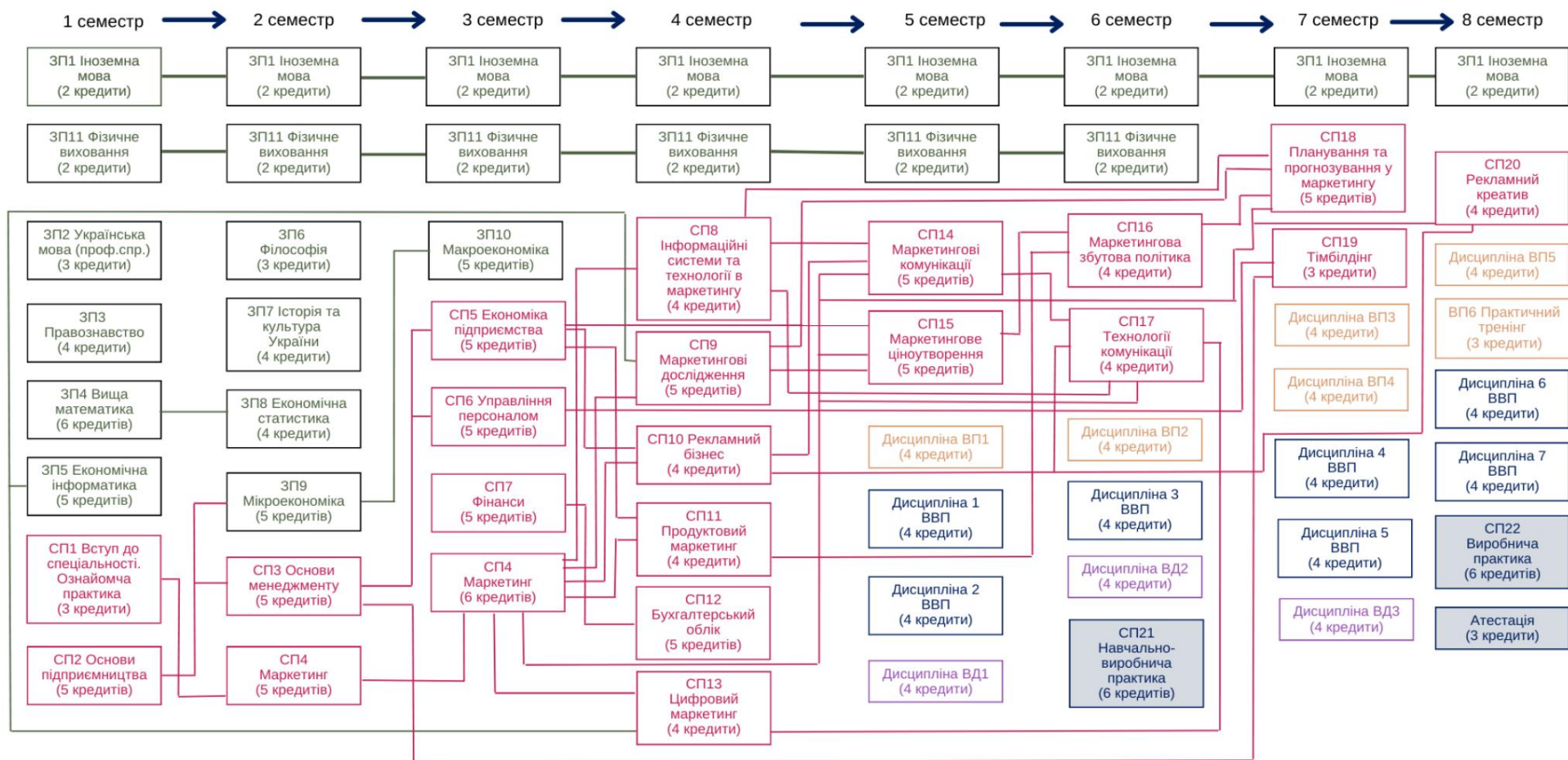
No	Training cycle	The volume of the educational load of the student of higher education (credits / %)		
		Mandatory components of the educational professional program	Elective components of the educational and professional program	Total for the entire term teaching
1	2	3	4	5
1	General preparation	<b>67/38</b>	<b>12 / 19</b>	<b>79 / 33</b>
2	Special (professional) training	<b>110/62</b>	<b>23 / 37</b>	<b>133 / 55</b>
3	Disciplines of free choice Total for the	-	<b>28 / 44</b>	<b>28 / 12</b>
entire term teaching		<b>177 / 74</b>	<b>63 / 26</b>	<b>240 / 100</b>

### 4. FORM OF CERTIFICATION OF HIGHER EDUCATION ACQUIRES

Attestation is carried out in the form of a final qualification exam and ends with the issuance of a document of the established model awarding the first (bachelor) level of higher education with the qualification: "**Bachelor of Marketing**". Attestation is carried out openly and publicly.



### 3. STRUCTURAL AND LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM



#### Примітки:



## CORRESPONDENCE MATRIX OF DETERMINED LEARNING OUTCOMES, COMPETENCES AND EDUCATIONAL COMPONENTS

The results teaching	Competences																																
	general														Special (professional)																		
	ZK-1	ZK-2	ZK-3	ZK-4	ZK-5	ZK-6	ZK-7	ZK-8	ZK-9	ZK-10	ZK-11	ZK-12	ZK-13	ZK-14	ZK-1	ZK-2	ZK-3	ZK-4	SC-5	SC-6	SC-7	SC-8	SC-9	SC-10	SC-11	SC-12	SC-13	SC-14	SC-15	SC-16	SC-17		
RN-1						ZP 9 SP 1 SP 4 SP 10 SP 14 SP 17									SP 1 SP 4	SP 4																SP 1 SP 4 SP 9 SP 14	
PH-2			ZP 4 ZP 8 SP-11 SP 16			ZP 9 SP-11 SP 14	SP 9 SP 14	ZP 4 ZP 8 SP 7 SP 9 SP 16 SP 18	SP 7							SP 18	SP 14 SP 16 SP 18				SP 18											SP 9 ZP 10 SP-11 SP 14 SP 16	SP 9
PH-3							SP 5 SP 8 SP 21 SP 22							SP 4 SP 8				SP 4 SP 8 SP 13 SP 21 SP 22					SP 4 SP 12	SP 13 SP 21 SP 22									
PH-4							SP 18	ZP 4 SP 6 SP 8 SP 9 SP 16 SP 18 SP 21 SP 22	ZP 5 SP 5 SP 7 SP 12 SP 13							SP 18	SP 1 SP-11 SP 16				SP 9 SP 16 SP 21 SP 22	SP 5									SP 9 SP 13 SP 21 SP 22		
PH-5			SP-11 SP 12 SP 15 SP 16			SP 1 SP 4 SP-11 SP 14									SP 10			SP 10	SP 14 SP 16	SP 15					SP 10	SP 11 SP 12 SP 14 SP 16				SP 4			
PH-6			ZP 9 ZP 10			ZP 9 SP 8	ZP 9 ZP 10 SP 8 SP 9	SP 8 SP 9										SP 8 SP 13	SP 8 SP 13	SP 9	SP 10										SP 9 SP 13		
RN-7									SP 5 SP 7 SP 12 SP 13																ZP 5 SP-11 SP 13	SP 7 SP-11 SP 16 SP 16 SP 16	ZP 5						

The results teaching	Competences																																	
	General												Special (professional)																					
	ZK-1	ZK-2	ZK-3	ZK-4	ZK-5	ZK-6	ZK-7	ZK-8	ZK-9	ZK-10	ZK-11	ZK-12	ZK-13	ZK-14	ZK-1	ZK-2	ZK-3	ZK-4	SC-5	SC-6	SC-7	SC-8	SC-9	SC-10	SC-11	SC-12	SC-13	SC-14	SC-15	SC-16	SC-17			
RN-8			SP-11 SP 12	SP 8		SP 8	SP 8		SP 17						SP 8 SP 12					SP 8 SP-11 SP 13				SP 12 SP 17	SP 13									
RN-9						SP 8	SP 8																SP 16											
PH-10								ZP 1 ZP 2 ZP 4 ZP 8 SP 14 SP 21 SP 22	ZP 1 ZP 2 SP 5 SP 10	ZP 1		SP 10		ZP 1		SP 10	SP 14 SP 15	SP 4								SP 18	SP 4 SP 6 SP 14 SP 21 SP 22	SP 4 SP 6 SP 21 SP 22						
RN-11			SP 2 SP 15				ZP 2 SP 2					ZP 1 ZP 2 ZP 3 SP 2 SP 3								SP 15			SP 2							SP 19				
RN-12				ZP 4 ZP 8 ZP 10 SP 3 SP 5 SP 6			ZP 4 ZP 8 ZP 9 ZP 10 SP 3 SP 5 SP 6					ZP 7 ZP 9 ZP 10 SP 3 SP 6																						
RN-13					SP 2 SP 3 SP 5 SP 6 SP 15 SP 19									ZP 9 ZP 10 SP 2 SP 3 SP 6 SP 19								SP 2 SP 10			SP 10				SP 10					
RN-14				ZP 2 SP 4	SP 15 SP 19		ZP 2 SP 21 SP 22				SP 15 SP 19								SP 4 SP 21 SP 22												SP 3 SP 4 SP 21 SP 22			
RN-15	ZP 1 ZP 2 ZP 3 ZP 6 ZP 7	ZP 1 ZP 2 ZP 3 ZP 6 ZP 7											ZP 1 ZP 2 SP 4	SP 6 SP 2 SP 4 SP 10 SP 13															SP 4 SP 14 SP 19					

The results teaching	Competences																																
	General														Special (professional)																		
	ZK-1	ZK-2	ZK-3	ZK-4	ZK-5	ZK-6	ZK-7	ZK-8	ZK-9	ZK-10	ZK-11	ZK-12	ZK-13	ZK-14	ZK-1	ZK-2	ZK-3	ZK-4	SC-5	SC-6	SC-7	SC-8	SC-9	SC-10	SC-11	SC-12	SC-13	SC-14	SC-15	SC-16	SC-17		
	SP 2	ZP 11 SP 2												SP 17 SP 19 SP 20																			
RN-16				SP 4		SP 4													SP 4 SP 21 SP 22	SP 4										SP 4 SP 21 SP 22			
RN-17													SP 17		SP 4 SP 12													SP 4 SP 12					
RN-18	ZP 1 ZP 2 ZP 3 ZP 6 ZP 7	ZP 1 ZP 2 ZP 3 ZP 6 ZP 7													ZP 6 SP 13 SP 20																		
RN-19						SP 10 SP 20																									SP 10 SP 20		
RN-20																																	SP 09 SP 10 SP 18
RN-21																															SP 10 SP 14		