

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



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

2023 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«МАРКЕТИНГ»**

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 № 4 від «05» травня 2023 р.


Харків 2023 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ»**

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

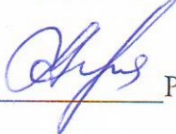
**СХВАЛЕНО**

Робочою групою ОП «Маркетинг»  
Гарант освітньої програми

  
Юлія ШИПУЛІНА  
«01» травня 2023 р.


**РЕКОМЕНДОВАНО**

Методичною радою НТУ «ХП»  
Заступник голови методичної ради

  
Руслан МИГУЩЕНКО  
«03» травня 2023 р.


**ПОГОДЖЕНО**

Завідувачка кафедри маркетингу

  
Діана РАЙКО  
«01» травня 2023 р.

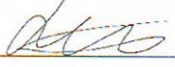
**ПОГОДЖЕНО**

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

  
Олександр МАНОЙЛЕНКО  
«03» травня 2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**

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

  
Діана МІЛЯН  
«01» травня 2023 р.

## **REVIEWERS:**

Positive reviews of the educational program were received from: 1. Head of the Department "Pharmmarket" LLC "Epicentr" Perepelitsa M. Yu.  
2. Director of "Fortuna" LLC Lyubchenko O.V. 3. Marketing OP "Marketing" Efendiyeva V.

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Події, що відбуваються в Україні останні роки вимагають суттєвих змін в економіці та системі вищої освіти, що зумовлюють необхідність формування нових, конкурентоспроможних вимог до професійної компетентності сучасних фахівців та удосконалення процесу їх професійної підготовки. Отже, існує актуальна потреба у розробці таких програм, які здатні забезпечити отримання здобувачем вищої освіти знань, умінь та навиків, необхідних для провадження ефективної діяльності в певній галузі.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спрямована на підготовку фахівців з маркетингу із набуттям компетентностей, якими повинні володіти маркетингологи, а саме: вміння використовувати сучасні соціально- комунікаційні та цифрові технології; володіти інноваційним мисленням; вміти адаптуватися до нових умов та мати світогляд євроінтеграції; працювати в команді; мати підприємницькі здібності тощо.

ОПІ «Маркетинг» містить нормативні та вибіркові дисципліни, логічним заключним етапом процесу теоретичного навчання є виробнича практика, що забезпечує майбутнім фахівцям оволодіння сучасними методами, технологіями та формами організації в галузі їх майбутньої професії.

Вважаю, що дана освітня програма відповідає вимогам та потребам сучасного ринку, Стандарту вищої освіти і може бути використана для організації та здійснення освітньої діяльності.

Керівник департаменту  
«Фарммаркет»  
Перепелиця М.Ю.



Рецензія  
на освітньо-професійну програму  
«Маркетинг»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 – Маркетинг  
галузі знань 07 – Управління та адміністрування

Освітня програма «Маркетинг» першого рівня освіти спеціальності «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», що представлена на розгляд, зосереджена на нових маркетингових тенденціях і технологіях, таких як маркетинг у соціальних мережах, контент-маркетинг і пошукова оптимізація. Ці теми стають все більш важливими в сучасну цифрову епоху, і для маркетологів дуже важливо мати ґрунтовне уявлення про них.

Програма пропонує студентам можливість отримати реальний досвід через стажування та проекти, які допоможуть їм розвинути практичні навички та побудувати свої професійний досвід.

Знання та навички, отримані на цій програмі, можуть бути застосовані до широкого спектру маркетингових напрямків, випускники будуть добре підготовлені до вирішення викликів маркетингової індустрії, що постійно розвивається.

Також в програмі є акцент на етичні маркетингові практики, тобто акцентується увага на важливості побудови міцних стосунків з клієнтами та просування продуктів і послуг у чесний і прозорий спосіб. Цей акцент на етиці та доброчесності стане в нагоді випускникам протягом усієї їхньої кар'єри, допомагаючи їм будувати довготривалі стосунки з клієнтами та завойовувати їхню довіру.

Підсумовуючи, як зацікавлена сторона, рекомендую цю освітньо-професійну програму першого рівня освіти спеціальності «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» до впровадження в навчальний процес університету. Це всебічна програма, яка надає студентам знання та навички, необхідні для досягнення успіху в маркетинговій індустрії. Зосередженість на нових тенденціях, етичних практиках та постійному вдосконаленні роблять її чудовою інвестицією для тих, хто хоче зробити кар'єру в маркетингу.

Рецензент

Директор ТОВ Фортуна



О.В.Любченко

РЕЦЕНЗІЯ  
НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ  
«МАРКЕТИНГ»  
першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг

Програма має потужну мережу випускників, які беруть активну участь у наставництві та підтримці нинішніх здобувачів. Ця спільнота професіоналів у сфері маркетингу надає випускникам цінні можливості для нетворкінгу та може допомогти їм знайти роботу після закінчення навчання.

Використовування кейсів, симуляції та групових проектів надає здобувачам практичний досвід у вирішенні реальних маркетингових проблем. Такий підхід допомагає студентам розвивати навички критичного мислення та готує їх до викликів, з якими вони зіткнуться у своїй майбутній маркетинговій кар'єрі.

Я вважаю, що програму можна вдосконалити, пропонуючи більш спеціалізовані курси або треки для студентів, які хочуть зосередитися на конкретних сферах маркетингу, таких як цифровий маркетинг або бренд-менеджмент. Однак програма забезпечує міцну основу в усіх сферах маркетингу, і студенти завжди можуть пройти додаткове навчання або отримати сертифікати за бажаною спеціальністю після закінчення навчання.

Я також ціную фокус програми на творчості та інноваціях. Зміст програми заохочує студентів мислити нестандартно та розробляти нові та інноваційні маркетингові стратегії.

Акцент програми на практичних навичках є значною перевагою. Випускники цієї програми мають досвід розробки маркетингових планів, проведення кампаній та вимірювання результатів. Цей практичний досвід є цінним у сфері маркетингу, де успіх вимірюється результатом.

Загалом випускники освітньо-наукової програми Маркетинг отримують навички та знання, які роблять їх цінними активами для будь-якої маркетингової команди, і я вважаю, що ця програма може бути рекомендована до впровадження навчальний процес університету.

Рецензент,  
здобувачка ОП «Маркетинг»



Ефендієва В.

## 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.

It was developed by the working group of OP "Marketing" 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:

Shipulina Yuliya Serhiivna (Doctor of Economics, Prof., Professor of the Department of Marketing at NTU "KhPI")

OP working group members:

1. Tetyana Volodymyrivna Romanchyk (Science of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing NTU "KhPI");
2. Maria Vladyslavna Litvynenko (Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing at NTU "KhPI");
3. Diana Romanivna Milyan, graduate of the first level of higher education in the specialty "Marketing", gr. BEM-919k.

**1. PROFILE OF THE EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL PROGRAM "MARKETING"  
BY SPECIALTY 075 "MARKETING"**

<b>1 - General information</b>	
<b>Higher education department and structural division</b>	National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"  Educational and Scientific Institute of Economics, Management and International Business Department of Marketing
<b>Degree of higher education and the title of the qualification in the original language</b>	First (undergraduate), Bachelor of Marketing
<b>The official name of the program</b>	The Educational and Professional Program "Marketing"
<b>Type of diploma and scope of program</b>	Bachelor's degree, single, <b>educational</b> 240 ECTS credits, 3 years 10 months
<b>Availability of accreditation</b>	Accreditation Commission. Ukraine. Certificate - ND No. 2192159. Validity period - 01.07.2025
<b>Program cycle / level</b>	first (bachelor) level of higher education, NRK - level 6, QF LLL - level 6, FQEHEA - first cycle.
<b>Prerequisites</b>	persons who have completed general secondary education or a "junior bachelor" degree can apply for a bachelor's degree
<b>Language(s) of instruction</b>	Ukrainian language
<b>Duration of the educational program</b>	4 years from the date of introduction
<b>Internet address of permanent accommodation description of educational programs</b>	<a href="http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/bakalavr/">http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/bakalavr/</a>
<b>2 - The purpose of the educational program</b>	
<p>The purpose of the educational program is to provide high-quality, affordable, modern educational services that are based on European and national standards and principles for the training of specialists in the field of marketing activities and contribute to the graduation of graduates of a new education capable of practical implementation of the acquired knowledge in education, science, production, entrepreneurial activity.</p> <p>The goal 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>).</p>	
<b>3 – Characteristics of the educational program</b>	
<b>Subject area (field of knowledge, specialty, specialization)</b>	<p><i>Field of knowledge:</i> Management and administration <i>Specialty:</i> Marketing <i>Object of study:</i> marketing activity as a form of interaction of market relations subjects to satisfy their economic and social interests.</p> <p><i>Learning goals:</i> training bachelors of marketing who possess modern economic thinking and relevant competencies necessary for effective marketing activities.</p> <p><i>Theoretical content of the subject area:</i> the essence of marketing as a modern concept of business management; conceptual and categorical apparatus, principles, functions, concepts of marketing and their historical ones</p>



	<p>prerequisites; the specifics of the activity of market subjects in different areas and on different types of markets; content of marketing activity, development of marketing strategies and formation of management 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 marketing activities.</p> <p><i>Tools and equipment:</i> modern universal and specialized information systems and software products necessary for the adoption and implementation of marketing management projects</p> <p>shen</p>
<b>Orientation of the educational program</b>	<p>Educational and professional program with applied orientation.</p> <p>Professional emphasis: formation of the ability to carry out marketing, administrative, analytical, project and research activities using modern innovative approaches, technologies and methods of managing marketing activities at enterprises and organizations.</p>
<b>The main focus of the educational program and specialization</b>	<p>General education in specialty 075 "Marketing". Keywords: marketing, advertising, marketing complex, marketing activity, digital marketing, advertising business, marketing management, marketing product policy, sales activity, merchandising, marketing solutions, marketing strategy, service marketing.</p>
<b>Features of the program</b>	<p>The program involves the study of both classical and digital marketing tools, takes into account modern trends in the development of marketing activities. In the structure of the educational program, selective packages of in-depth professional training disciplines are provided, which contribute to the assimilation of theoretical foundations and the formation of practical skills of applicants in various areas of marketing activity: digital marketing, marketing of the service sector. The peculiarity of the educational program is the preparation of specialists who are able to think creatively, apply innovative approaches and digital technologies in practical marketing activities.</p>
<b>4 – Eligibility of graduates to employment and further education</b>	
<b>Suitability for work arrangement</b>	<p>Professional opportunities of graduates (according to the Classifier of professions DK 003:2010).</p> <p>1233 Director of Marketing, Head of the Sales Department (NGU Markets)</p> <p>1234 Head of department (advertising, public relations)</p> <p>1475.4 Marketing manager</p> <p>1476.1 Advertising manager</p> <p>2419.1 Junior researcher (marketing, efficiency of economic activity, rationalization of production)</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>	Further continuation of education at the second (master's) level of higher education is possible, NRK - 7th level, QF-LLL - 7th level, FQ EHEA - second cycle.  The possibility of obtaining additional postgraduate education.
<b>5 – Teaching and assessment</b>	
<b>Teaching and learning</b> chanting	Student-centered learning, problem-oriented learning, distance learning in the Office 365 system, self-learning, learning through laboratory and practical tasks, learning based on new research. Teaching is conducted in the form of: lectures, multimedia lectures, interactive lectures, seminars, practical classes, laboratory works. Independent work with the possibility of consultations with the teacher on individual educational components, individual classes, group project work is also provided. Current and final knowledge control (surveys, control and individual tasks, testing, etc.), credits and exams, presentations, defense of practice reports, final qualification exam.
<b>Assessment</b>	
<b>6 – Software competencies</b>	
<b>Integral competence</b>	The ability to solve complex specialized tasks and practical problems in the field of marketing activity 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
<b>General competencies</b>	member of society, to realize the values of 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 an understanding of 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. The ability to communicate with representatives of other professional groups of 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. SK1. The
Professional competencies of the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)	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. The 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. The ability to use marketing information systems in making marketing decisions and to develop recommendations for improving their effectiveness. SK11. The ability to analyze the behavior of market subjects and understand the peculiarities of market functioning. 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.
<b>7 – Program learning outcomes</b>	
Program results P1. Demonstrate knowledge and understanding of theoretical foundations and training in special principles of marketing activities. (defined standards P2. Analyze and forecast market phenomena and processes based on the education specialty)	<p>application of fundamental principles, theoretical mouth of higher knowledge and applied skills of marketing activities.</p> <p>P3. Apply acquired theoretical knowledge to solve practical tasks in the field of marketing.</p> <p>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 the key characteristics of marketing systems of various levels, as well as the peculiarities of the behavior of their subjects.</p>

	<p>P6. Determine the functional areas of the marketing activity of the market entity and their relationships in the management system, calculate the relevant indicators that characterize the effectiveness of such activity.</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 responsibly 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 modern marketers, 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>
<b>8 – Resource support for program implementation</b>	
<b>Staffing</b>	The staffing of the educational program complies with the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 of 12/30/2015 "On the Approval of Licensing Conditions for Conducting Educational Activities under the Department of Education" (as amended in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 365 of 03/24/2021).
<b>Material and technical support</b>	Meets the technological requirements for 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 "(from changes introduced in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 365 dated 03/24/2021).

<b>Informational and on educational and methodical for security</b>	Meets the technological requirements for educational, methodical 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 conducting educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 "(from changes introduced in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers No.
<b>365 dated 24.03.2021). 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 Hericke 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, credits qualification work)	Number ECTS	Form of final control
<b>MANDATORY COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>			
<b>1.1 General preparation</b>			
ZP 1	Foreign language	16.0	Assessment (1-7), Exam (8)
ZP 2	Ukrainian language (professional) Jurisprudence	3.0	Exam
ZP 3	Higher	4.0	Test
ZP 4	mathematics	6.0	Exam
ZP 5	Economic informatics	5.0	Exam
ZP 6	Philosophy	3.0	Exam
ZP 7	History and culture of Ukraine	4.0	Exam
ZP 8	Economic statistics	4.0	Test
ZP 9	Microeconomics	5.0	Exam
ZP 10	Macroeconomics	5.0	Exam
ZP 11	Physical education	12	Score (1-6)
<b>1.2 Special (professional) training</b>			
SP 1	Introduction to. Introductory practice 3.0 Fundamentals of		Test
SP 2	entrepreneurship 5.0 Fundamentals of management 5.0 Marketing		Exam
SP 3	11.0 Enterprise economics 5.0 Personnel management 5.0		Exam
SP 4	Finance 5.0 Information systems and technologies in the brand 4.0		Assessment (2), Exam (3)
SP 5	ting		Exam
SP 6			Test
SP 7			Test
SP 8			Exam
SP 9	Marketing product policy Marketing	5.0	Exam
SP 10	pricing Merchandising Accounting	4.0	Exam
SP 11	Digital marketing	4.0	Test
SP 12	Marketing communications	5.0	Test
SP 13	Marketing distribution	4.0	Exam
SP 14	policy Consumer behavior	5.0	Exam
SP 15	Marketing research Marketing logistics	5.0	Exam
SP 16	Team building Innovation	4.0	Exam
SP 17	marketing Training and	4.0	Exam
SP 18	production practice Production	5.0	Test
SP 19	practice	3.0	Exam
SP 20	Attestation The <i>total</i>	4.0	Exam
SP 21	<i>volume of mandatory components:</i>	6.0	Test
SP 22		6.0	Test
SP 23		3.0	Exam
		177.0	
<b>ELECTIVE COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>			
<b>2.1 Profiled packages of disciplines</b>			
<b>2.1.1 Profiled package of disciplines 02 "Digital marketing"</b>			
VP2.1	Web design 4.0		Exam

Code	Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, qualification work)	Number loans ECTS	Form of final control
VP2.2	Content marketing VP2.3 SMM	4.0 Exam	
VP2.4	VP2.5 VP2.6	4.0 Exam	
	Web analytics 4.0 Exam		
	CRM-systems 4.0 Exam		
	Practical training in digital marketing 3.0 Credit		
2.1.2 Profiled package of disciplines 03 "Marketing in the field of services"			
VP3.1	4.0 Exam Marketing of services.		
VP3.2	4.0 Exam Marketing of hotel and restaurant business. Non-		
VP3.3	4.0 Exam commercial marketing. Marketing		
VP3.4	4.0 VP3.5 4.0 VP3.6 Marketing Disciplines of free choice of a student of		Exam
	specialized training in accordance with the list		Exam
	training on marketing of services		Test
GDP 28.0 2.3	Disciplines from the general university catalog of disciplines VD		
	Disciplines 1-3 12.0 Credit		
Total volume of sample components: 63.0			
TOTAL VOLUME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM: 240.0			

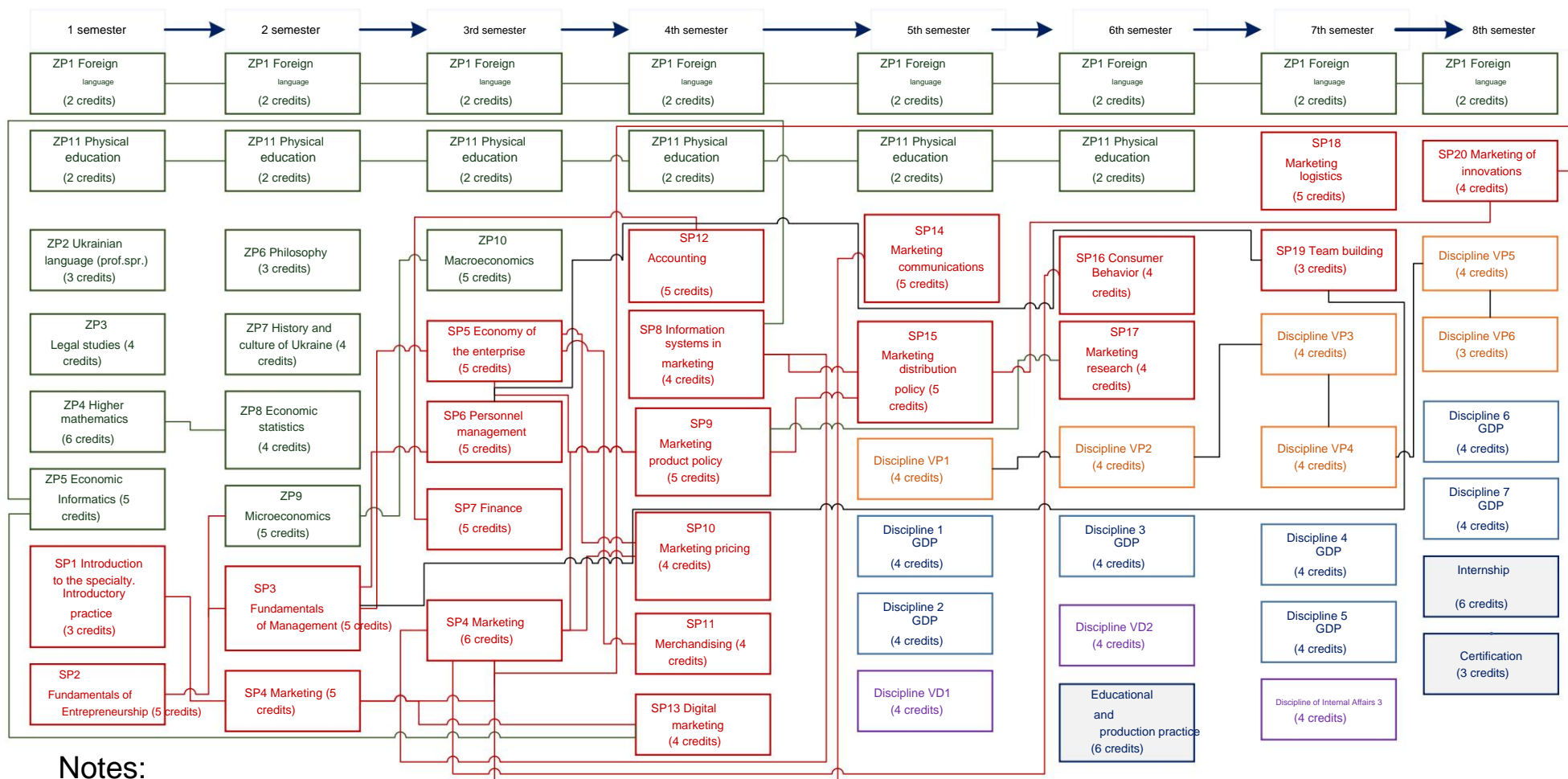
3. DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM  
BY GROUPS OF COMPONENTS AND CYCLES OF PREPARATION

No	Training cycle	The volume of the educational load of the student of higher education (credits / %)		
		Mandatory components of the educational and professional program	Elective components of the educational and professional program	In total for the entire term of chanting
			4	5
11	2 General training	3 67 / 38	-	67 / 28
2	Special (professional) training 3	110/62	-	110 / 46
	Free disciplines selection	-	63 / 100	63 / 26
	Total for the entire term of chanting	177 / 74	63 / 26	240 / 100

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 on awarding the first (bachelor) level of higher education education with qualification: "Bachelor of Marketing".

### 5. STRUCTURAL AND LOGICAL SCHEME



**Notes:**

- Compulsory subjects of general training
- Mandatory disciplines of professional training
- Elective discipline from the profiled package
- Disciplines of the student's free choice of specialized training according to the list
- Disciplines of the student's free choice from the university-wide catalog of disciplines
- Certification and practical training



6. CORRESPONDENCE MATRIX OF DETERMINED LEARNING OUTCOMES, COMPETENCES AND EDUCATIONAL COMPONENTS OF MANDATORY TRAINING

Result father chanting	Competences																										
	General competences												Special (professional) competences														
	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 15	ZK 16	ZK 17	ZK 18	ZK 19	ZK 20	SC 11	SC 12	SC 13	SC 14			
P1									SP 9 SP 1 SP 4 SP 14 SP 18											SP 1 SP 4 SP 18					SP 1 SP 4 SP 14 SP 17 SP 18		
P2				ZP 4 ZP 8 SP 15					ZP 9 SP 9 SP 14 SP 14	SP 9 SP 14 SP 17	SP 7 SP 15 SP 17	SP 7 SP 9												ZP 9 ZP 10 SP 9 SP 14 SP 15	SP 9 SP 17		
P3									SP 5 SP 8 SP 18 SP 20 SP 21 SP 22								SP 4 SP 8							SP 4 SP 8 SP 13 SP 20 SP 21 SP 22	SP 13 SP 20 SP 21 SP 12 SP 22		
P4									SP 4 SP 6 SP 8 SP 11 SP 15 SP 17 SP 20 SP 21 SP 22		SP 5 SP 5 SP 7 SP 9 SP 12 SP 13												SP 1 SP 15 SP 18	SP 15 SP 17 SP 21 SP 5 SP 11	SP 9 SP 13 SP 16 SP 17 SP 21 SP 22		
P5				SP 10 SP 12 SP 15					SP 1 SP 4 SP 14 SP 16															SP 14 SP 15	SP 10	SP 1 SP 4 SP 12 SP 14 SP 16 SP 15	SP 4 SP 16
P6				ZP 9 ZP 10					ZP 9 SP 8 SP 16 SP 17	SP 8 SP 16 SP 17													SP 8 SP 13 SP 16	SP 8 SP 13	SP 8 SP 13 SP 16	SP 13 SP 16 SP 17	
P7																									SP 5 SP 7 SP 12 SP 13	SP 5 SP 7 SP 12 SP 15	

Result father chanting	Competences																																				
	General competences														Special (professional) competences																						
	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	ZK 5	ZK 6	ZK 7	ZK 8	ZK 9	ZK 10	ZK 11	SC 12	SC 13	SC 14									
P8				SP 12 SP 18	SP 8				SP 8	SP 8																SP 8 SP 13 SP 18					SP 12 SP 13				SP 13		
P9								SP 8 SP 9 SP 16	SP 8 SP 9 SP 16																					SP 15			SP 16			SP 9 SP 16	SP 9 SP 16
P10									ZP 1 ZP 2 ZP 4 ZP 8 SP 14 SP 20 SP 21 SP 22					1 SP 2 SP								ZP 1							SP 4 SP 10 SP 14							SP 4 SP 6 SP 14 SP 20 SP 21 SP 22	SP 4 SP 6 SP 21 SP 22
P11				SP 2 SP 10				SP 9	SP 11											ZP 1 ZP 2 ZP 3 SP 2 SP 3 SP 9 SP 11								SP 9 SP 10			SP 2				SP 9 SP 19	SP 9	
P12				ZP 4 ZP 8 ZP 10 SP 3 SP 5 SP 6 SP 11					SP 4 SP 8 SP 9 SP 10 SP 3 SP 5 SP 6 SP 11									ZP 7 ZP 9 ZP 10 SP 3 SP 6																			
P13					SP 2 SP 3 SP 5 SP 6 SP 10 SP 11 SP 19																	ZP 9 ZP 10 SP 2 SP 3 SP 6 SP 19									SP 2						SP 9
P14				ZP 2 SP 4	SP 10 SP 19				SP 2 SP 20 SP 21 SP 22										SP 10										SP 4 SP 20 SP 21 SP 22								SP 3 SP 4 SP 21 SP 22

