

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ПЕР ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

« 13 » 07 2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор НТУ «ХПІ»

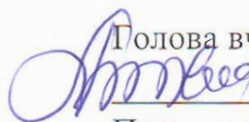
Євген СОКОЛ

05 2022 р.

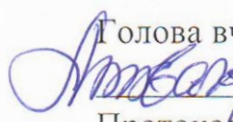
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

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 «25» травня 2022 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО ІЗ ЗМІНАМИ
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»

Голова вченої ради
 Леонід ТОВАЖНЯНСЬКИЙ
Протокол № 6 від «07» липня 2023 р.

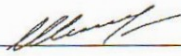
Харків 2022 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ ЗМІН
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 ШИПУЛНА
«28» червня 2023 р.


РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник голови методичної ради


Руслан МИГУЩЕНКО
«05» липня 2023 р.


ПОГОДЖЕНО

Завідувачка кафедри маркетингу


Діана РАЙКО
«28» червня 2023 р.

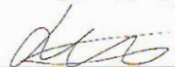
ПОГОДЖЕНО

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


Олександр МАНОЙЛЕНКО
«05» липня 2023 р.

ПОГОДЖЕНО

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


Діана МІЛЯН
«28» червня 2023 р.

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



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛІ

2022 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 «25» травня 2022 р.


Харків 2022 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ»

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

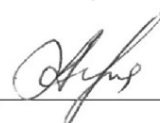
СХВАЛЕНО

Робочою групою ОП зі спеціальності
«Маркетинг»
Гарант освітньої програми


Юлія ШИПУЛІНА
«20» травня 2022 р.

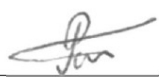
РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник голови методичної ради


Руслан МИГУЩЕНКО
«25» травня 2022 р.

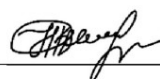
ПОГОДЖЕНО

Завідувачка кафедри маркетингу


Діана РАЙКО
«20» травня 2022 р.

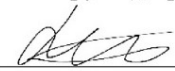
ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового інституту
економіки, менеджменту
та міжнародного бізнесу


Наталія КРАШОКУТСЬКА
«20» травня 2022 р.

ПОГОДЖЕНО

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


Діана МІЛЯН
«20» травня 2022 р.

REVIEWERS:

Positive reviews of the educational program were received from:

1. Trunin I. - doctor of economics, professor, head of the department of business administration of education, marketing and tourism of the Kremenchug National University named after Mykhailo Ostrogradskyi;
2. Nagy Szabolcs – Doctor of Sciences (Ph.D.), Associate Professor, Head of Department of Marketing and Tourism, University of Miskolc, Hungary;
3. Merkun I.V. - head of the marketing department of "Kerameya" LLC;
4. Dragan K.V. - deputy director of "VPC" LLC;
5. L. Sushko - first-level higher education graduate of the specialty "Marketing", gr. BEM-919a.

РЕЗЕНЗІЯ

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

Освітня програма, що представлена для розгляду, складена робочою групою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» відповідно до стандарту першого рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Визначені в освітньо-професійній програмі компетентності та результати навчання повністю відповідають стандарту відповідного рівня. Обов'язкові освітні компоненти, що входять до складу освітньо-професійної програми, дозволяють повною мірою забезпечити набуття всіх загальних та спеціальних (фахових) компетентностей. Досягнення кожного результату навчання забезпечується опануванням декількох дисциплін.

Загальний обсяг нормативних дисциплін складає 74%, вибіркових – 26%. Здобувачам пропонується здійснювати вибір дисциплін за трьома блоками: блоком «профільованої» підготовки, каталогом дисциплін вільного вибору студента профільної підготовки та загальноуніверситетським каталогом. Освітні компоненти з блоків «профільованої» підготовки дозволяють здобувачам отримати ґрунтовні знання з таких напрямів як «рекламний бізнес», «цифровий маркетинг» та «маркетинг в сфері послуг», що сприяє якісній підготовці фахівців у відповідних галузях.

В цілому освітньо-професійна програма має логічну структуру та змістовне наповнення. При складанні освітньої програми враховано думку стейкхолдерів щодо збільшення кількості освітніх компонентів спрямованих на формування знань в сфері цифрових технологій.

Вважаю, що дана освітня програма відповідає вимогам та потребам ринку і може використовуватися в навчальному процесі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Завідувачка кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу та туризму Кременчуцького
національного університету
ім. Михайла Остроградського
д.е.н., професор



Ірина ТРУНІНА

REVIEW

**for the educational professional program "Marketing"
of the first level of higher education, aimed at the training of bachelors
in the specialty 075 – marketing branches of knowledge
07- management and administration higher educational institution
National technical university «Kharkiv polytechnical institute»**

The intensification of competition at the national and international levels necessitates the training of young professionals in the field of marketing according to the original model of classical university education. It involves a combination of fundamental theoretical knowledge with the formation of practical competencies of future marketers.

The educational and scientific program "Marketing" is designed taking into account the requirements of the modern labor market, global trends, the needs of Ukrainian and international companies, representatives of various industries.

The disciplines included in the educational and scientific program are interesting and useful. Much attention is paid to the issues of system management not only of marketing activities, but also of strategic activities of the enterprise as a whole.

The educational and scientific program "Marketing" for the training of applicants for higher education in the field of knowledge 07 "Management and Administration", specialty 075 "Marketing" (Bachelor) was developed by the Department of Marketing of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" at a high level. Training of applicants for higher education under this educational and scientific program will meet the requirements of the labor market, European standards and will ensure a high level of marketing specialists in demand in Ukraine.

Doctor of Sciences (Ph.D.),
Head of Department, Associate Professor
Department of Marketing and Tourism
University of Miskolc, Hungary



450

Dr. Nagy Szabolcs

РЕЗЕНЗІЯ

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

Професія маркетолога сьогодні є затребуваною на ринку. Кожна компанія, кожне підприємство потребують наявності кваліфікованих фахівців-маркетологів, які володіють сучасними знаннями з маркетингу, вміють використовувати сучасні інструменти маркетингової діяльності, а також працювати в цифровому середовищі. Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» НТУ «ХПІ» є актуальною.

Освітня програма «Маркетинг» НТУ «ХПІ» першого рівня вищої освіти за своєю наповненістю відповідає потребам ринку. Серед дисциплін, що забезпечують досягнення запланованих результатів навчання, є як дисципліни фахової підготовки, так і дисципліни загальної підготовки, що дозволяє комплексно підходити до підготовки фахівців-маркетологів, які здатні працювати в сучасних умовах господарювання.

Окрім широкого кола дисциплін, що передбачають різноспрямовану теоретичну підготовку, освітня програма «Маркетинг» має практичну спрямованість. Так, протягом чотирьох років навчання здобувачі вищої освіти проходять три курси практичної підготовки: ознайомчу практику на першому курсі, виробничу на третьому курсі та переддипломну на четвертому курсі. Загальний обсяг практичної підготовки протягом навчання становить 12 кредитів.

Структура освітньо-професійної програми є цілком логічною. Протиріч у порядку вивчення дисциплін не виявлено. Враховуючи все зазначене вище, вважаю, що навчання за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» НТУ «ХПІ» здатне забезпечити підготовку конкурентоспроможних маркетологів.

Керівник відділу маркетингу

ТОВ «Керамейя»



Ірина МЕРКУН

РЕЦЕЗЕНЗІЯ

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

Актуальність підготовки маркетологів не викликає сумнівів, оскільки постійні зміни умов бізнесу потребують швидкого реагування та пошуку нових шляхів розвитку.

Освітня програма «Маркетинг», яка подана на рецензування, була розроблена у 2022 р. Розробниками програми є викладачі кафедри маркетингу та студентка, що навчається за спеціальністю «Маркетинг». Термін навчання за даною освітньою програмою складає 3 роки 10 місяців. Загальний обсяг -240 кредитів.

Окрема увага в структурі освітньої програми приділена блокам профільованої підготовки, які містять по 5 дисциплін, обсяг кожної з яких 4 кредити. Дані блоки відносяться до вибіркової частини програми, що надає можливість студентам самостійно обрати напрям поглибленої підготовки під час навчання.

Обсяг обов'язкових дисциплін, визначених в освітній програмі є достатнім для досягнення запланованих результатів. Аналіз структурно-логічної схеми освітньої програми доводить логічність та послідовність викладання дисциплін.

Під час навчання студенти проходять практичну підготовку, що відображено у таких складових, як виробнича та переддипломна практика.

Освітня програма «Маркетинг» дозволяє здійснювати якісну підготовку маркетологів, тому може бути впроваджена в навчальному процесі НТУ «ХПІ».

Заступник директора ТОВ «ВПК»



Драган К.Л.

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
для першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
кваліфікація «бакалавр маркетингу»

Сьогодні підприємства все гостріше відчувають потребу в професійних маркетологах, оскільки конкуренція на всіх рівнях загострюється, що вимагає якісно нових підходів до вирішення управлінських питань. Тому потрібні сучасні освітні програми повинні включати влучну комбінацію використання фундаментальних теоретичних знань з можливостями формування практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу.

Освітньо-наукову програму «Маркетинг» розроблено із врахуванням вимог сучасного ринку праці, глобальних тенденцій, потреб українських та міжнародних компаній, представників різних галузей.

Цікавими та корисними є дисципліни, включені до освітньо-наукової програми. А саме, дисципліни які пов'язані з ІТ-сферою. Велику увагу приділено питанням системного управління не лише маркетинговою діяльністю, але і стратегічною діяльністю підприємства в цілому.

Програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами сукупністю маркетингових компетенцій; реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.

Староста групи БЕМ-918а



Ліза СУШКО

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 of 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. Svitlana Vitalivna Chernobrovkina (Science of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing 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"**

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	is the Educational and Professional Program "Marketing"
Type of diploma and scope of the program	Bachelor's degree, single, educational 240 ECTS credits, 3 years 10 months
Availability of accreditation	Accreditation Commission. Ukraine. Certificate - ND No. 2192159. Validity period - 01.07.2025
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 language
Duration of the educational program	4 years from the date of introduction
Internet address of permanent accommodation description of the educational program	http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/bakalavr/
2 - The purpose of the educational program	
<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, and production , entrepreneurial activity.</p> <p>The goal of the educational program corresponds to the Development Strategy of NTU "KhPI" for 2021-2025. (https://public.kpi.kharkov.ua/strategiya-rozvitku-ntu-hpi-na-period-2021-2025-roki/).</p>	
3 – Characteristics of the educational program	
Subject area (field of knowledge, specialty, specialization)	<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 subjects of market relations 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</p>

	<p>apparatus, principles, functions, concepts of marketing and their historical 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 systems</p> <p>shen</p>
Orientation of the educational program	<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>
The main focus of the educational program and specialization	<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, marketing of services.</p>
Features of the program	<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: advertising business, digital marketing, marketing of the service sector. The special feature of the educational program is the training of specialists who are able to think creatively, apply innovative approaches and digital technologies in practical marketing activities.</p>
4 – Eligibility of graduates to employment and further education	
Suitability for work - Professional arrangement	<p>all opportunities of graduates (according to the Classifier of professions DK 003:2010).</p> <p>1233 Marketing Director, Head of the Sales Department (Marketing)</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>

	3429 Merchant (business and advertising services) 3429 Advertising agent
Further education	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.
5 – Teaching and assessment	
Teaching and learning 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 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 control of knowledge (surveys, control and individual tasks, testing, etc.), credits and exams, presentations, defense of practice reports, final qualification exam.
Assessment	
6 – Software competencies	
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
General competences	member of society, 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 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 technology, to use various types and forms of motor activities 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.

	<p>ZK12. Ability to communicate with representatives of other professional groups of different levels (with experts from other fields of knowledge/ types of economic activity).</p> <p>ZK13. Ability to work in an international context. ZK14. The ability to act socially responsibly and consciously. SK1. The</p>
<p>Professional competencies of the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)</p>	<p>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 modern marketing. SK3. The ability to use the theoretical provisions of marketing to interpret and forecast 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 influence 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 develop recommendations to improve their effectiveness. SK11. The ability to analyze the behavior of market subjects and determine 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.</p>
7 – Program learning outcomes	
<p>Program results training by specialty (defined standards - higher education and the application of fundamental principles, theoretical objectives)</p>	<p>P1. Demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities.</p> <p>P2. Analyze and forecast market phenomena and processes on the basis of 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. 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 in a socially responsible and socially conscious manner on the basis of ethical principles of marketing, respect for cultural diversity and values of civil society while respecting individual rights and freedoms.</p> <p>P16. Meet the requirements for a modern marketer, increase the level of personal professional training.</p> <p>P17. Demonstrate the skills of written and oral professional communication in national and foreign languages, as well as the 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>
8 – Resource support for program implementation	
Staffing The staffing of the educational program	complies with the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 dated 30.12.2015 "On the Approval of Licensing Conditions for Conducting Educational Activities of Educational Institutions" (as amended in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine
Material and technical support	No. 365 of 24.03.2021) . 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 (Resolution of the Cabinet

	of the Regional Government "On the approval of the licensing conditions for conducting educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015, No. 1187" (as amended in accordance with Resolution of the CM No. 365 dated
Informational and educational and methodical support	03.24.2021). 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 the implementation of educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 "(with changes introduced in accordance with Resolution of the Cabinet
of Ministers No. 365 dated 03/24/2021). 9 – Academic mobility	
National credit mobility	On the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and higher educational institutions of Ukraine
International credit mobility	Academic mobility on the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and the University of Miskolc (Hungary), Maribor University (Slovenia); Otto von Herricke University of Magdeburg (Germany); University of Szczecin, (Poland)
Education of foreign students of higher education	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
MANDATORY COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM			
1.1 General preparation			
ZP 1	Foreign	16.0	Assessment (1-7), Exam (8)
ZP 2	language Ukrainian language (professional)	3.0	Exam
ZP 3	Jurisprudence	4.0	Test
ZP 4	Higher 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)
1.2 Special (professional) training			
SP 1	Introduction to. Introductory practice Fundamentals	3.0	Test
SP 2	of entrepreneurship	5.0	Exam
SP 3	Fundamentals of	5.0	Exam
SP 4	management	11.0	Assessment (2), Exam (3)
SP 5	Marketing Enterprise	5.0	Exam
SP 6	economics Personnel	5.0	Test
SP 7		5.0	Test
SP 8	management Finance Information systems and	4.0	Exam
SP 9	technologies in marketing Marketing	5.0	Exam
SP 10	product policy Marketing pricing	4.0	Exam
SP 11	Merchandising	4.0	Test
SP 12	Accounting Digital	5.0	Test
SP 13	marketing Marketing	4.0	Exam
SP 14	communications Consumer	5.0	Exam
SP 15	behavior Marketing	5.0	Exam
SP 16	distribution policy Marketing research	5.0	Exam
SP 17	Marketing logistics Innovation	5,	Exam
SP 18	marketing Training and	0	Test
SP 19	production practice	3.0	Exam
SP 20	Production practice Certification	4.0	Test
SP 21	Total volume	6.0	Test
	mandatory	6.0 3.0	Exam
components:		177.0	
ELECTIVE COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM			
2.1 Profiled packages of disciplines			
5.1.1 Profiled package of disciplines 01 "Advertising business"			
VP1.1	Advertising business	4.0	Exam
VP1.2	Public relations media	4.0	Exam
VP1.3	planning in business	4.0	Exam

Code	Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, qualification work)	Number loans ECTS	Form of final control
VP1.4	Risks in marketing activity Sales	4.0	Exam
VP1.5	promotion Practical	4.0	Exam
VP1.6	training on business organization 2.1.2	3.0	Test
Profiled package of disciplines 02 "Digital marketing"			
VP2.1	Web design	4.0 Exam	
VP2.2	Content marketing	4.0 Exam	
VP2.3	SMM	4.0 Exam	
VP2.4	Web analytics	4.0 Exam	
VP2.5	CRM systems	4.0 Exam	
VP2.6	Practical training in digital marketing	3.0 credit	
2.1.3 Profiled package of disciplines 03 "Marketing in the field of services"			
VP3.1	Marketing services 4.0 Exam		
VP3.2	Marketing of the hotel and restaurant business 4.0 Non-commercial		Exam
VP3.3	marketing 4.0 Marketing of tourism 4.0 Marketing of influence 4.0		Exam
VP3.4	Practical training in marketing in the service sector 3.0 2.2		Exam
VP3.5	Disciplines of free choice of the student of specialized training		Exam
VP3.6	according to the list		Test
GDP Disciplines 1-8 32.0 Credit			
2.3 Disciplines from the general university catalog of VD disciplines Disciplines			
1-3 11.0 Credit			
Total volume of sample components: 63.0			
TOTAL VOLUME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM: 240.0			

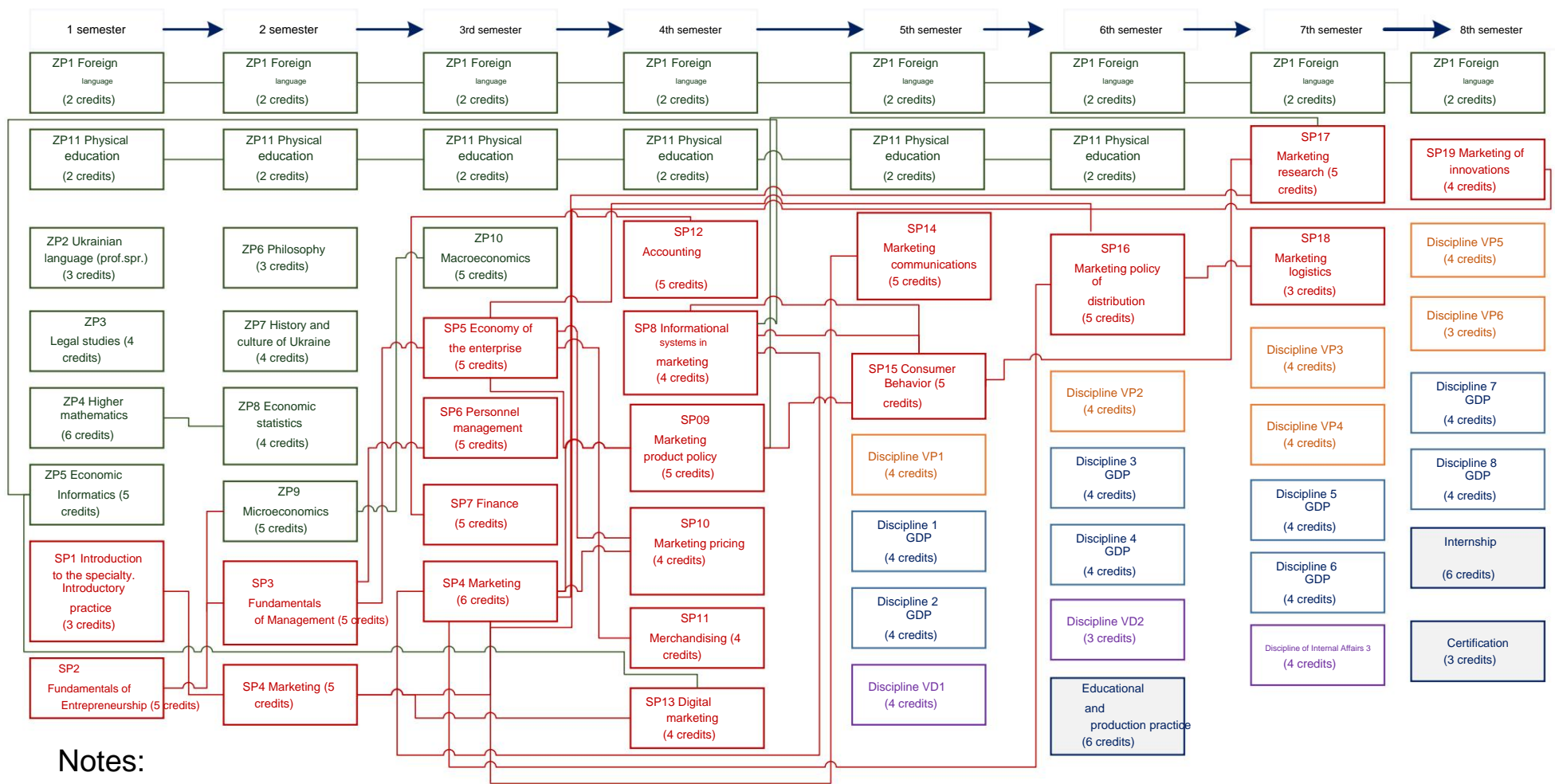
3. DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM BY GROUPS OF COMPONENTS AND CYCLES OF PREPARATION

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
1	2	3	4	5
	General training Special	67 / 39	-	67 / 28
1 2	(professional) training 3 Free	107 / 61	-	107 / 44
	disciplines choice	-	66 / 100	66 / 28
	Total for the entire term of chanting	174 / 73	66 / 27	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

