

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Освітньо-професійна програма

«Інтернет-маркетинг»

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність D5 Маркетинг

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна

“ 26 ” Травня 2025 року,
протокол № 14

Введено в дію з 28.05.2025 р.

наказом від 28.05.2025 р. № 0114-1/254

Проректор з науково-педагогічної роботи
(Борис САМОРОДОВ)



Харків 2025 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Інтернет-маркетинг»

Освітню програму розглянуто та схвалено:

1. Науково-методичній раді Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

протокол № 10 від « 21 » Травня 2025р.

Заступник голови науково-методичної ради,

начальник навчального відділу  Сергій ЄЛЬЦОВ

2. Вченій раді навчально-наукового інституту Українська інженерно-педагогічна академія:

протокол № 7 від « 10 » 04 2025р.

Голова вченої ради інституту  Денис КОВАЛЕНКО

3. Науково-методичній комісії навчально-наукового інституту Українська інженерно-педагогічна академія:

протокол № 5 від « 10 » 04 2025р.

Голова науково-методичної комісії

інституту  Сергій ПЕТРОВ

4. Кафедрі маркетингу та торговельного підприємництва :

протокол № 11 від « 09 » 04 2025р.

В. о. завідувача кафедри,

д.е.н., професор  Вікторія ЧОБИТОК

5. Кафедрі іншомовної підготовки, європейської інтеграції та міжнародного співробітництва:

протокол № 13 від « 18 » 03 2025р.

В.о. завідувача кафедри,

д.пед.н., професор  Геннадій ЗЕЛЕНІН

6. Кафедрі краєзнавчо-туристичної роботи, соціальних і гуманітарних наук:

протокол № 10 від « 24 » 03 2025р.

В.о. завідувача кафедри,

к.іст.н., доцент  Ірина ЩЕРБИНА

7. Кафедрі сучасних оздоровчих технологій:

протокол № 11 від « 3 » квітня 2025 р.

В.о. завідувача кафедри,

к.пед.н., доц.  Юрій БРИТАН

8. Кафедрі педагогіки, методики та менеджменту освіти:

протокол № 14 від « 02 » квітня 2025 р.

В.о. завідувача кафедри,

д.пед.н., професор  Наталія БРЮХАНОВА

9. Кафедрі інформаційних комп'ютерних технологій і математики:

протокол № 7 від « 24 » березня 2025 р.

В.о. завідувача кафедри,

д.фіз.-мат.н., професор  Олесья НЕЧУЙВІТЕР

ПРЕАМБУЛА

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові	Найменування посади	Науковий ступінь, вчене звання
<i>Керівник робочої групи – гарант освітньої програми</i>		
Черняєва Анна Олександрівна	Доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат економічних наук, доцент
<i>Члени робочої групи</i>		
Чобіток Вікторія Іванівна	В.о. завідувача кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Доктор економічних наук, професор
Андрющенко Олена Борисівна	Доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат наук з державного управління, доцент
Черняєва Анна Олександрівна	Доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат економічних наук, доцент
Кононов Олександр Іванович	Старший викладач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат економічних наук
Морозова Ольга Олександрівна	Асистент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	

До проєктування освітньої програми долучені:

Представники здобувачів вищої освіти:

Литвин Яніна Геннадіївна – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Інтернет-маркетинг» групи ДМР-24.

Швець Дар'я Дмитрівна – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг» групи МР-21.

Представник роботодавців:

Гіль Борис Сергійович, фізична особа-підприємець «Гіль Б.С.».

Представник освіти:

Чижевська Марина Борисівна, кандидат економічних наук доцент, завідувачка кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

1. Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, затверджений наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р. зі змінами.

2. Професійний стандарт Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).

URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-z-metodiv-rozsirennja-rinku-zbutu-marketolog>

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Кобець Сергій Петрович – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

2. Літвінчик Сергій Вікторович – фізична особа-підприємець «Літвінчик С. В».

3. Годунов Сергій Дмитрович – фізична особа-підприємець «Годунов С. Д.», Smart Studio, X-Cutter

4. Веркуш Дмитро Михайлович – голова наглядової ради ТОВ «Вадартгруп».

1. Профіль освітньої програми Інтернет-маркетинг зі спеціальності D5 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Навчально-науковий інститут Українська інженерно-педагогічна академія Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Офіційна назва програми	Інтернет-маркетинг Internet marketing
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Кваліфікація, що присвоюється	Бакалавр маркетингу, за освітньо-професійною програмою «Інтернет-маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), термін навчання 2 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності УД 21019251, дійсний до 01.07.2027 р.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти або ступеню «молодшого бакалавра», «фахового молодшого бакалавра» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»).
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	01.07.2026
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://uepa.karazin.ua/ua/ https://start.karazin.ua/programs
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми	ОП спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, які володіють стратегічним мисленням та аналітичними навичками, необхідними для ефективної маркетингової діяльності, розробки та управління комплексними інтернет-маркетинговими стратегіями, адаптованими до динамічного цифрового середовища.

3 – Характеристика освітньої програми		
Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація наявності))	область знань, (за	<p>Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність D 5 Маркетинг</p> <p><i>Об'єкт вивчення:</i> процес формування та управління маркетинговою діяльністю в цифровому середовищі, що сприяє задоволенню економічних та соціальних інтересів суб'єктів ринкових відносин.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів з маркетингу, які здатні ефективно застосовувати сучасні інструменти інтернет-маркетингу та цифрові технології для успішної маркетингової діяльності, володіючи стратегічним мисленням та інноваційними компетентностями.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення та реалізація комплексних інтернет-маркетингових кампаній, використання різних каналів цифрового маркетингу, опанування сучасних інструментів веб-аналітики, розуміння принципів роботи пошукових систем та алгоритмів, використання новітніх технологій та трендів у цифровому маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціалізовані методи, професійні методика та техніки, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності із застосуванням сучасних цифрових інструментів та технологій.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень із застосуванням сучасних цифрових інструментів та технологій.</p>
Орієнтація програми	освітньої	<p>Освітньо-професійна прикладна.</p> <p>Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетологів, які є здатними до швидкої адаптації сучасних умов ведення економічної діяльності із застосуванням інструментів інтернет-маркетингу та цифрових технологій.</p>
Основний	фокус	Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової

освітньої програми та спеціалізації	<p>діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів із застосуванням сучасних інструментів інтернет-маркетингу та цифрових технологій.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, маркетингові стратегії, управління бізнесом, маркетингові дослідження, основи інтернет-маркетингу, основи SMM, основи SEO, Е-комерція.</p>
Особливості програми	<p>Поєднання теоретичних знань, наукового пізнання із практичною діяльністю з метою оволодіння сучасними універсальними та спеціалізованими інформаційними системами і програмними продуктами необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 випускники можуть займати посади, які пов'язані з плановою (у т. ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій, а саме:</p> <p>3436 помічник керівника; 3436.1 помічник керівника підприємства (установи, організації); помічник керівника підрозділів маркетингу; помічник начальника відділу збуту (маркетингу); 3415 представник торговельного; 3419 інспектор торговельного; 3419 організатор з постачання; організатор із збуту; 3416 закупник; 3415 агент комерційного; агент торговельного; 3415 комівояжер; 3429 торговець (обслуговування бізнесу); 1475 менеджер з маркетингу; 2419.2 консультант з маркетингу; 2419.2 фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог, бренд-маркетолог, трейд-маркетолог, цифровий -маркетолог); 1475 менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.4 менеджер (управитель) зі збуту.</p>
Подальше навчання	<p>Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного</p>

	навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
Оцінювання	Всі види поточного оцінювання знань протягом виконання навчального плану (письмові екзамени, курсова робота, презентація індивідуальних робіт і проєктів, поточний контроль: тестування, вирішення задач та ситуаційних вправ, кейсів, дебати, публічні виступи). Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності із застосуванням сучасних інструментів інтернет-маркетингу та цифрових технологій, або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	<p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p>

	<p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> <p><i>Компетентність визначена університетом:</i></p> <p>ЗК 16. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p>
Фахові компетентності	<p>ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

	<p><i>Компетентності, визначені університетом:</i></p> <p>ФК 15. Здатність розробляти та використовувати маркетингові digital інструменти.</p> <p>ФК 16. Здатність розробляти та досліджувати E-commerce платформи, пошукові системи та сайти.</p> <p>ФК 17. Здатність ефективно використовувати інструменти інтернет-маркетингу для проведення досліджень на внутрішньому та зовнішньому ринках.</p>
7 – Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень</p>

	<p>фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p><i>Програмні результати навчання, визначені університетом:</i></p> <p>ПРН 19. Продувати та генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ПРН 20. Розробляти та використовувати маркетингові digital інструменти.</p> <p>ПРН 21. Розробляти та досліджувати E-commerce платформи, пошукові системи та сайти.</p> <p>ПРН 22. Використовувати інструменти інтернет-маркетингу для проведення досліджень на внутрішньому та зовнішньому ринках.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<p>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</p>	<p>Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</p> <p>До реалізації освітньо-професійної програми залучені науково-педагогічні працівники які мають наукові ступені та вчені звання.</p>

	Кожний освітній компонент освітньо-професійної програми викладається науково-педагогічними працівниками з урахуванням відповідності їх освітньої та/або професійної кваліфікації. Науково-педагогічні працівники, які забезпечують освітній процес, мають не менше чотирьох досягнень у професійній діяльності за останні п'ять років, визначених у пункті 38 Ліцензійних умов.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). Матеріально-технічне забезпечення є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, у тому числі у дистанційному форматі (комп'ютерна техніка, доступ до мережі Інтернет, Платформа Moodle, сервіси Google (Google Meet, Google Drive, Google Docs, Google Forms) Zoom тощо. Створена необхідна соціально-побутова інфраструктура (гуртожитки, бібліотека, їдальня, спортивний комплекс, медичний центр тощо).
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). Інформаційне забезпечення включає навчально-методичні фонди бібліотеки Університету, електронні навчальні й методичні матеріали. Здобувачі вищої освіти забезпечені необхідними підручниками, навчальними посібниками, мають доступ до періодичних фахових видань, навчально-методичних доробок викладачів. Навчально-методичне забезпечення містить освітню програму, навчальний план, робочі навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, силабуси, методичні матеріали для організації різних видів освітньої діяльності, програми практик.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Харківським національним університетом імені В. Н. Каразіна та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Харківським національним університетом імені В. Н. Каразіна та закладами-партнерами зарубіжних країн.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до законодавства України та міжнародних угод в сфері освіти. Можливе в разі акредитації освітньої програми.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент ОП

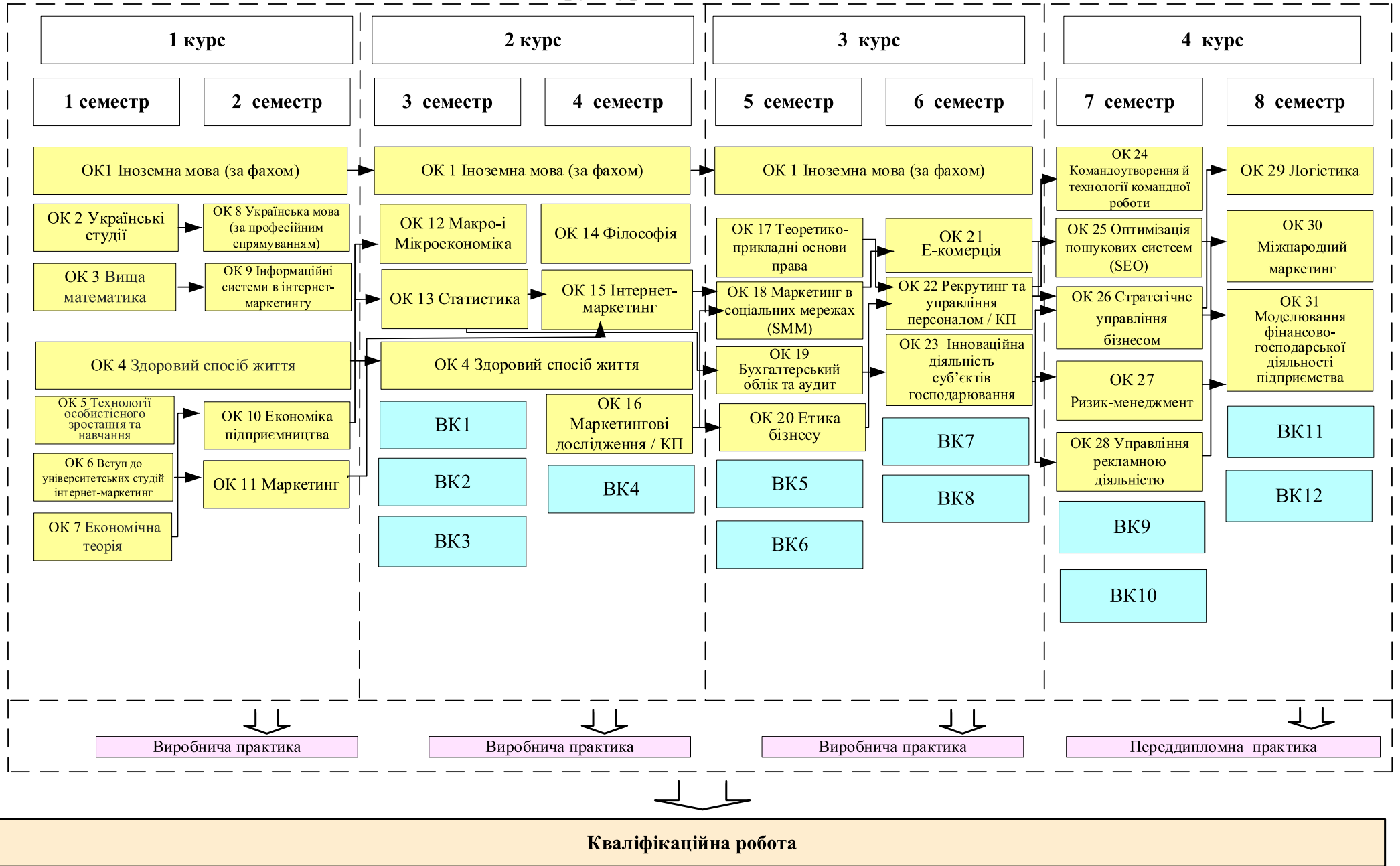
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова (за фахом)	12	Екзамен
ОК 2	Українські студії	3	Екзамен
ОК 3	Вища математика	7	Екзамен
ОК 4	Здоровий спосіб життя	6	Залік
ОК 5	Технології особистісного зростання та навчання	3	Залік
ОК 6	Вступ до університетських студій інтернет-маркетинг	6	Залік
ОК 7	Економічна теорія	6	Екзамен
ОК 8	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
ОК 9	Інформаційні системи в інтернет-маркетингу	6	Екзамен
ОК 10	Економіка підприємництва	6	Залік
ОК 11	Маркетинг	6	Екзамен
ОК 12	Макро-і Мікроекономіка	6	Екзамен
ОК 13	Статистика	6	Екзамен
ОК 14	Філософія	3	Екзамен
ОК 15	Інтернет-маркетинг	6	Екзамен
ОК 16	Маркетингові дослідження	8	Екзамен/КП
ОК 17	Теоретико-прикладні основи права	6	Екзамен
ОК 18	Маркетинг в соціальних мережах (SMM)	3	Екзамен
ОК 19	Бухгалтерський облік та аудит	4	Залік
ОК 20	Етика бізнесу	6	Екзамен
ОК 21	Е-комерція	4	Залік
ОК 22	Рекрутинг та управління персоналом	6	Екзамен/КП
ОК 23	Інноваційна діяльність суб'єктів господарювання	4	Екзамен
ОК 24	Командоутворення й технології командної роботи	3	Екзамен

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
ОК 25	Оптимізація пошукових систем (SEO)	3	Екзамен
ОК 26	Стратегічне управління бізнесом	3	Залік
ОК 27	Ризик-менеджмент	3	Залік
ОК 28	Управління рекламною діяльністю	3	Екзамен
ОК 29	Логістика	3	Екзамен
ОК 30	Міжнародний маркетинг	3	Екзамен
ОК 31	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	3	Екзамен
Практична підготовка			
ОК 32	Виробнича практика 1	6	Залік
ОК 33	Виробнича практика 2	6	Залік
ОК 34	Виробнича практика 3	6	Залік
ОК 35	Переддипломна практика	5	Залік
Атестація			
ОК 36	Кваліфікаційна робота	7	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів ОП		180	
2.Вибіркові компоненти ОП*			
Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки ** / Домедична допомога та ментальне здоров'я		3	
Загальний обсяг вибірових компонентів ОП		57	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

*- здобувачі вищої освіти мають право обирати дисципліни вільного вибору з каталогу вибірових дисциплін. Каталог вибірових дисциплін розміщено на офіційному вебсайті Навчально-наукового інститут «Українська інженерно-педагогічна академія» за посиланням - <https://uepa.karazin.ua/ua/> в розділі «Навчання» та в Автоматизованій система управління закладом освіти Навчально-наукового інститут «Українська інженерно-педагогічна академія» за посиланням - <https://uo.uipa.edu.ua/subscription/catalog>

** - Дисципліну «Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки» обов'язково обирають громадяни України чоловічої статі (жіночої статі - добровільно), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти. Ст. 6 Закону України «Про основи національного спротиву», Ст. 10¹ Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу», Постанова КМУ від 21 червня 2024 р. № 734.

3. Структурно-логічна схема ОП



- обов'язкові компоненти
 - вибіркові компоненти
 - практика
 кваліфікаційна робота

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	<p>Атестація здобувачів вищої освіти на освітній програмі «Інтернет-маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присвоєння кваліфікації:</p> <p style="text-align: center;">ступінь вищої освіти бакалавр галузь знань Бізнес, адміністрування та право спеціальність Маркетинг</p> <p>Атестація здійснюється відкрито і публічно.</p>
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.</p> <p>Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті Університету, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36		
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК 1		+		+	+	+											+																					
ЗК 2		+		+	+	+												+																				
ЗК 3			+			+	+		+		+	+	+							+		+					+			+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК 4					+	+	+				+	+	+							+				+						+		+						
ЗК 5						+				+	+							+									+	+	+			+	+	+	+	+	+	
ЗК 6									+		+	+			+	+							+		+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	
ЗК 7						+			+	+	+	+	+					+	+			+			+	+				+		+	+	+	+	+	+	
ЗК 8																								+	+		+			+	+						+	
ЗК 9					+			+	+		+	+	+		+						+		+		+			+		+	+	+				+		
ЗК 10	+								+									+								+												
ЗК 11					+	+			+		+							+			+		+		+	+	+											
ЗК 12											+	+			+	+	+	+			+	+			+	+	+	+	+	+		+						
ЗК 13							+				+				+						+				+	+				+	+							
ЗК 14		+		+	+						+			+	+		+			+	+		+	+		+	+	+			+							
ЗК 15	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК 16											+				+	+		+			+		+		+	+			+		+							
ФК 1															+	+		+							+				+		+		+	+	+	+	+	
ФК 2															+	+		+							+				+		+		+	+	+	+	+	
ФК 3			+						+		+		+			+											+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФК 4															+	+		+								+			+		+							
ФК 5															+	+		+							+	+		+	+	+	+							
ФК 6									+		+	+	+		+	+		+			+				+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ФК 7									+		+	+			+	+				+						+	+											
ФК 8											+	+									+			+			+											
ФК 9											+	+					+				+		+															
ФК 10									+	+	+				+			+			+					+	+											
ФК 11						+					+	+	+		+	+								+		+	+			+	+						+	
ФК 12									+	+	+				+											+	+											+
ФК 13									+		+	+	+								+						+											
ФК 14							+		+		+	+	+			+						+	+			+	+		+									
ФК 15									+	+	+				+	+		+			+	+		+	+	+	+	+		+	+							
ФК 16									+	+	+				+	+		+			+	+		+	+	+	+	+		+	+							
ФК 17									+	+	+				+	+		+			+	+		+	+	+	+	+		+	+							

**6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36		
ПРН 1						+				+						+		+			+					+			+	+								
ПРН 2									+		+	+	+		+	+				+		+					+				+	+	+	+	+	+		
ПРН 3						+			+		+	+	+		+	+				+		+					+			+	+	+	+	+	+	+		
ПРН 4			+			+			+		+	+	+		+	+			+	+		+				+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН 5											+	+				+					+						+		+		+	+	+	+	+	+		
ПРН 6											+	+				+				+							+		+		+	+	+	+	+	+		
ПРН 7			+									+	+		+	+									+			+			+	+	+	+	+	+		
ПРН 8									+		+	+			+										+			+										
ПРН 9											+	+	+								+						+	+				+	+	+	+	+	+	
ПРН 10											+				+	+											+					+	+	+	+	+	+	
ПРН 11															+	+											+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 12	+		+		+		+	+			+	+			+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН 13					+		+				+	+			+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 14					+						+					+									+		+	+										
ПРН 15	+	+		+	+			+			+	+		+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 16		+		+	+						+	+		+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 17	+							+												+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 18		+			+			+			+					+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 19											+				+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 20									+	+	+				+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 21									+	+	+				+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 22									+	+	+				+				+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

Перелік умовних скорочень:

ОП – освітня програма

ЗК – загальні компетентності

СК – спеціальні компетентності

ОК – обов’язкова компонента освітньої програми ПРН – програмні результати навчання