

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою Національного
аерокосмічного університету
«Харківський авіаційний інститут»
«21» травня 2025 р., протокол № 11

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузі знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальність	D5 «Маркетинг»
кваліфікація	Бакалавр маркетингу

Освітня програма вводиться в дію
з «01» вересня 2025 р.

В.о. ректора Національного
аерокосмічного університету
«Харківський авіаційний інститут»
Олексій ЛИТВИНОВ
наказ № 237 від «22» травня 2025 р.



Харків 2025

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Цифровий маркетинг» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» розроблено у зв'язку з необхідністю оволодінням здобувачами теоретичними знаннями та концептуальним баченням сучасних парадигм, концепцій цифрового маркетингу та принципів управління бізнесом у цифровому середовищі, а також з необхідністю підготовки бакалаврів цифрового маркетингу, які володіють сучасним економічним та цифровим мисленням, відповідними компетентностями у сфері управління цифровими комунікаціями та впровадження ефективних маркетингових стратегій з використанням онлайн-інструментів.

Програма спрямована на формування компетенцій щодо ефективного використання цифрових технологій у бізнес-середовищі, а саме в управлінні підприємствами аерокосмічної галузі.

Розробку освітньо-професійної програми «Цифровий маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» проведено групою розробки ОПП Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» у складі:

- | | | | |
|---|------------------------------------|-------------------|--|
| 1 | Керівник/гарант освітньої програми | Ірина ШЕВЧЕНКО | д-р економ. наук, доцент, професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування |
| 2 | Члени групи розробки: | Василь ЛИБА | канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування |
| 3 | | Ганна ЛІХОНОСОВА | д-р економ. наук, професор, професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування |
| 4 | | Маргарита ЧЕПЕЛЮК | д-р економ. наук, доцент, професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування |
| 5 | | Галина ЛОГОША | керівник відділу продажів (маркетинг) ТОВ «АРТИКА-БІО» |
| 6 | | Анастасія ІВАЩУК | директор з маркетингу ТОВ «Нор-Ест Агро»; |
| 7 | | Оксана ТАНЦЮРА | заступник начальника відділу профнавчання Харківської філії Харківського обласного центру зайнятості, магістр маркетингу |
| 8 | | Вероніка ФУРТУНЕ | здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», група 621 МГ |

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут»

ВСТУП

Відповідно до ст. 1 «Основні терміни та їх визначення» Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами) освітня програма – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

- акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю та спеціалізацією;
- розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;
- розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітня програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами), Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341 (зі змінами), Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (наказ МОН України 05.12.2018 р., № 1343, зі змінами) і встановлює:

- обсяг та термін навчання бакалаврів;
- загальні компетентності;
- фахові компетентності;
- програмні результати навчання;
- перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми;
- вимоги до змісту навчальних дисциплін.

Освітня програма використовується для:

- складання навчальних планів та робочих навчальних планів;
- формування індивідуальних планів студентів;
- формування робочих програм навчальних дисциплін, практик;
- визначення інформаційної бази для формування засобів діагностики;
- акредитації освітньої програми;
- внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки фахівців;
- атестації бакалаврів за освітньою програмою «Цифровий маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг».

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі початкової вищої освіти, які навчаються в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут»;
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою «Цифровий маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг» Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут»;
- роботодавці для отримання інформації щодо академічного та професійного профілю випускників;
- компетентні фахівці з визнання документів про вищу освіту;
- приймальна комісія Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут».

Освітня програма поширюється на кафедри Університету, залучені для підготовки фахівців ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Цифровий маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг».

1 НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

1.1. Освітньо-професійна програма розроблена на основі таких нормативних документів і рекомендацій:

1.2. Закон України «Про вищу освіту». № 1556-VII від 01.07.2014 (зі змінами).

1.3. Закон України «Про освіту». № 2145-VIII від 05.09.2017 (зі змінами).

1.4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341 (зі змінами).

1.5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12.08.2015 р. № 579.

1.6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 р. № 266 (зі змінами).

1.7. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (наказ МОН України № 1343 від 05.12.2018 р.) (зі змінами).

1.8. Професійний стандарт «Маркетолог». Наказ Міністерства економіки України № 1234 від 15.10.2020 р.

1.9. Професійний стандарт «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку». Наказ Міністерства економіки України № 751-21 від 18.10.2021 р.

1.10. Професійний стандарт «Рекламіст». Наказ Міністерства економіки України № 81-21 від 18.10.2021 р.

1.11. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринків збуту (Маркетолог)». Реєстр професійних кваліфікацій. Затверджено рішенням ГО «Українська асоціація маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення № 1, протокол № 1).

1.12. Методичні рекомендації щодо розроблення освітніх програм. Лист МОН України № 6/688-24 від 04.09.2024 р.

1.13. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів фахової передвищої освіти. Наказ МОН України № 22 від 10.01.2024 р.

1.14. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / Укладачі: Т. Добко, І. Золотарьова, С. Калашнікова, В. Ковтунець, С. Курбатов та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ: ДП НВЦ «Пріоритети», 2024. – 92 с.

1.15. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації. Лист МОН України № 6/688-24 від 04.09.2024 р. – Київ: Міністерство освіти і науки України, 2024. – 132 с.

1.16. Національний освітній глосарій: вища освіта (4-е вид., перероб. і доп.) / Авт.-уклад.: В.Є. Бахрушин, М.І. Винницький, В.М. Захарченко, І.О. Золотарьова, С.А. Калашнікова, В.І. Луговий, М.Р. Мруга, Ю.М. Рашкевич, І.М. Сікорська, А.В. Ставицький, Ж.В. Таланова, С.П. Шитікова / За ред. В.Г. Кременя, В.Є. Бахрушина, Ю.М. Рашкевича. – Київ: 2024. – 114 с.

1.17. Положення «Про організацію освітнього процесу» в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут». Затверджене вченою радою університету.

1.18. Положення «Про розроблення та модернізацію освітніх програм в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут». Затверджене вченою радою університету.

1.19. Положення «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти» в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут». Затверджене вченою радою університету.

2 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ» СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Харківський аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут» Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute» Department of Management and Business Administration
Ступінь вищої освіти	бакалавр Bachelor's Degree
Галузь знань, спеціальність та назва кваліфікації	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право» Field of Study D «Business, Administration and Law» (ISCE – 0414 Marketing and advertising) Спеціальність D5 «Маркетинг» Program Subject Area D5 «Marketing» Кваліфікація: бакалавр маркетингу Qualification: Bachelor's Degree in Master of Marketing (ISCE – 0414 Marketing and advertising)
Офіційна назва ОПП	Цифровий маркетинг Digital Marketing
Тип диплому та обсяг ОПП	Диплом бакалавра, одиничний, термін навчання 3 роки 10 місяців: – на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 240 кредитів ЄКТС. ХАІ визнає та перераховує кредити ЄКТС отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): • не більше ніж 120 кредитів ЄКТС зі спеціальностей галузі знань «Управління та адміністрування», а також спеціальності «Економіка»; • не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС з інших спеціальностей. Не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
Наявність акредитації	Започатковано провадження освітньої діяльності з 2025 року Оновлення або модернізація освітньої програми здійснюється відповідно до розділу 5 Положення «Про розроблення та модернізацію освітніх програм в ХАІ»
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності повної загальної середньої освіти та на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» в порядку, визначеному законодавством
Мова(и) викладання	Мовою викладання є державна мова. З метою створення умов для міжнародної академічної мобільності може бути прийнято рішення про викладання однієї чи декількох дисциплін англійською та/або іншими іноземними мовами.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОПП	https://khai.edu.ua/abiturientu/vypuschnikam-tehnikumov/perelik-specialnostej/marketing9/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих фахівців з цифрового маркетингу, здатних ефективно застосовувати сучасні інструменти та технології у сфері маркетингових комунікацій із врахуванням специфіки аерокосмічної галузі. Програма спрямована на розвиток аналітичних, креативних та технічних навичок для створення, управління та оптимізації маркетингових кампаній як у цифровому середовищі, так і в контексті аерокосмічних проєктів.	

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область	D - Бізнес, адміністрування та право спеціальність D5 –Маркетинг Об’єкт вивчення: цифрова маркетингова діяльність як інноваційна форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин у цифровому середовищі з метою задоволення економічних та соціальних інтересів шляхом використання сучасних інформаційних технологій та інтернет-платформ Мета навчання: підготовка бакалаврів з цифрового маркетингу, які володіють сучасним економічним та цифровим мисленням, відповідними компетентностями у сфері управління цифровими комунікаціями та впровадження ефективних маркетингових стратегій з використанням онлайн-інструментів. Теоретичний зміст предметної області: суть цифрового маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом в умовах глобальної цифровізації; понятійно-категорійний апарат цифрового маркетингу, принципи, функції та концепції з урахуванням розвитку новітніх технологій та комунікацій; історичні передумови та еволюція цифрових маркетингових підходів; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у цифровому середовищі на різних типах ринків; зміст цифрової маркетингової діяльності: розробка та впровадження комплексних цифрових стратегій, управління брендом у цифровому просторі; створення та реалізація комунікаційних кампаній у соціальних мережах та на цифрових платформах; використання технологій автоматизації та аналітики для підвищення ефективності маркетингових активностей. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи аналізу ринку, оцінки ефективності маркетингових стратегій та поведінки споживачів у цифровому середовищі Інструменти та обладнання: інформаційні системи та програмні продукти для розробки, управління та аналізу маркетингових кампаній; платформи для аналітики великих даних та штучного інтелекту; хмарні сервіси та цифрові платформи для управління проєктами та командною роботою.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня спеціальності D5 «Цифровий маркетинг» передбачає оволодіння: – теоретичними знаннями та концептуальним баченням сучасних парадигм, концепцій цифрового маркетингу та принципів управління бізнесом у цифровому середовищі; – професійними компетентностями у розробці та реалізації цифрових маркетингових стратегій із застосуванням інноваційних інструментів і технологій; – аналітичними навичками для оцінки ефективності маркетингових активностей із використанням сучасних методів веб-аналітики та аналізу даних; – комунікативними вміннями для побудови стратегії цифрових комунікацій з урахуванням етичних норм та взаємодії з цільовими аудиторіями; – технологічними та цифровими компетентностями у використанні інформаційних систем, платформ автоматизації маркетингу та інструментів оптимізації контенту.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітня програма «Цифровий маркетинг» зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасних цифрових технологій, методів аналітики та інноваційних підходів до просування брендів і продуктів у цифровому середовищі.
Особливості програми	Освітня програма «Цифровий маркетинг» зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасного цифрового інструментарію маркетингових досліджень, включаючи аналітику великих даних, використання платформ соціальних мереж, SEO/SEM, та автоматизації маркетингових процесів. Програма спрямована на формування компетенцій щодо ефективного використання цифрових технологій у бізнес-середовищі, зокрема в управлінні підприємствами авіаційної галузі, а також враховує Стратегію формування ІТ-кластера у Харківській області.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр маркетингу здатний виконувати роботу фахівця за Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності: 1233 — Керівники підрозділів з маркетингу 3429 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери Агент рекламний, Представник з реклами Зважаючи на стрімкий розвиток цифрових технологій, з'являються нові спеціалізовані посади, зокрема, класифікатор професій digital-маркетингу, розроблений IAB Україна, включає такі позиції: SMM-менеджер, PPC-менеджер, Медіа-планер, Контент-менеджер, SEO-спеціаліст, Копірайтер, Digital Marketing Manager. Фахівець з цифрового маркетингу володіє навичками роботи в онлайн-середовищі, здатен аналізувати поведінку споживачів, ефективно використовувати цифрові канали комунікації та адаптувати стратегії під потреби сучасного ринку.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Освітній процес за спеціальністю «Цифровий маркетинг» організований із застосуванням сучасних педагогічних технологій, які базуються на студентоцентрованому підході, проблемно-орієнтованому навчанню, практичній спрямованості та активному використанні цифрових інструментів. Студенти залучаються до самостійного вивчення спеціалізованих хмарних застосунків, які використовуються у цифровому маркетингу. Вони не лише вивчають технічні аспекти роботи з цими сервісами, але й аналізують їх ефективність у рамках маркетингових кампаній. Крім того, значна увага приділяється дослідженню цифрових платформ, які можуть бути використані для реалізації маркетингових стратегій: від пошукових систем і соціальних мереж до платформ для контент-маркетингу, електронної комерції, блогінгу та інфлюенс-маркетингу. Студенти навчаються аналізувати аудиторію, поведінку споживачів, конкурентне середовище та визначати найбільш ефективні цифрові канали комунікації відповідно до цільових бізнес-завдань. Таким чином, навчання не обмежується теорією — воно ґрунтується на постійній практиці, застосуванні цифрових технологій та аналізі сучасного бізнес-середовища.
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тестовий контроль, презентації робіт, захист лабораторних, розрахункових робіт, курсових робіт, заліки, екзамени, (модульний) контроль, підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра та її захист. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно, зараховано/не зараховано); 100-бальною шкалою
Перезарахування кредитів ЄКТС	Перезарахування кредитів відбувається відповідно до Законодавства та відповідних Положень університету у таких випадках: - переведення з інших закладів вищої освіти або з іншої наукової установи; - продовження навчання за наступним ступенем вищої освіти або одночасне навчання за двома спеціальностями; - продовженні навчання після академічної відпустки; - поновлення на навчання після відрахування; - необхідність визнання результатів неформальної та/або інформальної освіти; - триманих здобувачами вищої освіти в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста).

6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Інтегральна компетентність бакалавра з цифрового маркетингу полягає у здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері цифрового маркетингу, які передбачають застосування теорій, концепцій і методів маркетингу у взаємозв'язку з цифровими технологіями. Вона передбачає вміння формулювати та впроваджувати маркетингові стратегії, що базуються на глибокому розумінні особливостей цифрового бізнес-середовища, поведінки споживачів в онлайні та використанні цифрових каналів просування.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. 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. ЗК2. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципів неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Фахові (спеціальні) компетентності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

	ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. ФК15. Здатність розробляти та реалізовувати цифрові маркетингові стратегії з урахуванням особливостей цільової аудиторії, каналів просування, аналітики та сучасних інструментів цифрового маркетингу. ФК16. Уміння використовувати аналітичні інструменти та платформи для ухвалення обґрунтованих маркетингових рішень, зокрема й в авіаційній індустрії. ФК17. Навички створення контенту та управління соціальними мережами (SMM) з метою формування позитивного іміджу бренду, підвищення впізнаваності та залучення клієнтів через цифрові канали.
--	---

7 - Програмні результати навчання

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН15. 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. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН19. Здатність створювати та адаптувати контент для різних цифрових платформ відповідно до комунікаційної стратегії бренду. ПРН20. Вміння застосовувати сучасні маркетингові цифрові технології для просування та продажу продукції цільовим аудиторіям, зокрема й в сфері авіаційної індустрії.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні. НПП, задіяні у викладанні професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та/або вчене звання та відповідають ліцензійним вимогам. Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 зі змінами).
Матеріально-технічне забезпечення	Університет має: 8 навчальних корпусів; 10 гуртожитків; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункти харчування(фабрика-кухня і буфети у навч. корп.); точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал, критий стадіон (манеж), 25 метр. басейн для плавання, спортивні майданчики; профілакторій «Авіатор», база відпочинку «Пролісок» та ін. Відповідає матеріально-технічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 зі змінами).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	– офіційний сайт університету: http://www.khai.edu – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека та читальні зали; – Microsoft Windows Server 2012 R2 – серверна операційна система. – Microsoft Exchange Server 2010 Enterprise – сервер електронної пошти. – Microsoft SQL Server 2000 – система управління базами даних. – Microsoft Windows 8.1 Professional – операційна система клієнтських комп'ютерів мережі університету. Використання віртуального навчального середовища Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» та авторських розробок науково-педагогічного складу. Відповідає інформаційним та навчально-методичним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним аерокосмічним університетом «ХАІ» і технічними закладами України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним аерокосмічним університетом «ХАІ» і навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів ВО	Навчання здійснюється державною мовою. У певних випадках може бути прийнято рішення про викладання однієї чи декількох дисциплін англійською та/або іншими іноземними мовами.

3 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

3.1. Перелік компонентів ОП

КОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, атестація)	Кількість кредитів	Се- местр	Форма, підсумковий контроль
Обов'язкові компоненти				
OK1	Математика для економістів (вища математика, теорія ймовірностей та математична статистика)	10	1,2	іспити
OK2	Політична економія	5	1	іспит
OK3	Розвиток маркетингового світогляду	6,5	1	іспит
OK4	Інформатика	5	1	залік
OK5	Українська мова за професійним спрямуванням	3	1	залік
OK6	Іноземна мова	8	1,2	залік, диф. залік
OK7	Маркетинг	4	2	іспит
OK8	Мікро- та макроекономіка	4	2	іспит
OK9	Цифрові платформи в бізнесі	5,5	2	іспит
OK10	Основи авіакосмічної техніки	3	2	залік
OK11	Навчальна практика	3	2	залік
OK12	Економіка підприємства	4	3	іспит
OK13	Менеджмент	4	3	іспит
OK14	Фінанси	4	3	іспит
OK15	Статистика	3	3	іспит
OK16	Цифровий бізнес	4	3	залік
OK17	Демографія	3,5	3	іспит
OK18	Цифровий маркетинг	5	4	іспити
OK19	Управління інноваціями	5	4	залік
OK20	Товарознавство	4,5	4	іспит
OK21	Цифровий маркетинг (Курсова робота)	2	4	залік
OK22	Ознайомча практика	3	4	залік
OK23	Цифрова торгівля	4,5	5	іспит
OK24	Маркетингова товарна політика	5	5	іспит
OK25	Маркетингові дослідження	5	5	іспит
OK26	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	2	5	диф. залік
OK27	Цифровий маркетинг в авіаційній індустрії	3	5	залік
OK28	Маркетингове ціноутворення	4	6	іспит
OK29	Брендинг	4	6	іспит
OK30	Маркетингове ціноутворення (Курсова робота)	2	6	диф. залік
OK31	Маркетингові технології в управлінні аеропортами	4,5	6	іспит
OK32	Виробнича практика	3	6	залік
OK33	Алгоритми персоналізації в маркетингу	4	6	залік
OK34	Інформаційні системи та технології за фаховим спрямуванням	4	7	залік
OK35	Маркетингові комунікації	4	7	іспит
OK36	Логістика	4	7	іспит
OK37	Цифрові інструменти в маркетингу	4,5	7	іспит
OK38	Логістика (Курсова робота)	2	7	залік
OK39	Маркетинг послуг	5	8	іспит
OK40	БЖД, охорона праці, екологія та цивільний захист	3	8	залік
OK41	Особистий бренд в маркетингу	4,5	8	залік
OK42	Кваліфікаційна робота	9	8	атестація
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180		

КОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, атестація)	Кількість кредитів	Се- местр	Форма, підсумковий контроль
Вибіркові компоненти				
Вибірковий блок дисциплін MINOR*				
BK1	Minor. Дисципліна 1	5	5	іспит
BK2	Minor. Дисципліна 2	5	6	іспит
BK3	Minor. Дисципліна 3	5	7	іспит
BK4	Minor. Дисципліна 4	5	8	іспит
Окремі вибіркові дисципліни				
BK5	Дисципліна індивідуального вибору1**	5	6	залік
BK6	Дисципліна індивідуального вибору2**	5	7	залік
BK7	Дисципліна індивідуального вибору3**	5	8	залік
BK8	Військово-патріотична підготовка ***	3	4	диф. залік
BK9	Математичний блок на вибір**	5	4	іспит
Вибірковий комплекс, що забезпечує соціальні навички (Soft skills) ****				
BK10	Правова компетентність	3	2	залік
BK11	Формування системного наукового світогляду	3	3	залік
Вибірковий блок дисциплін професійного спрямування Major *****				
BK12	Major. Дисципліна 1	3	3	залік
BK13	Major. Дисципліна 2	4	4	залік
BK14	Major. Дисципліна 3	4	5	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		60		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240		

*Загальноуніверситетський блок, в якому блоки дисциплін для вибору пропонують кафедри Університету, що направлені на опанування і поглиблення певних компетентностей та результатів навчання, які можуть передбачати здобуття часткової професійної кваліфікації. До складу кожного блоку Minor входять чотири послідовних освітніх компоненти обсягом п'ять кредитів кожна. Здобувач може обрати будь-який блок дисциплін Minor. Блоки дисциплін Minor можуть оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

** Здобувач обирає одну дисципліну із запропонованих у переліках освітніх компонент BK5-BK7 та BK9, які пропонують кафедри Університету відповідно до напрямів своєї діяльності у рамках науково-методичних комісій Університету, що направлені на опанування і поглиблення певних компетентностей та результатів навчання. Переліки складових освітніх компонент BK5-BK7 та BK9 можуть збільшуватися і оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

*** ВПП – елемент підготовки громадян до військової служби, як першої складової військового обов'язку громадян, визначеного статтею 1 Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу».

Дисципліна «Базова загальновійськова підготовка (теоретична підготовка)» блоку ВПП – обов'язкова компонента, для здобувачів чоловічої статі (жіночої статі – добровільно), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти. Здобувачів, які звільненні від проходження ВПП (визнані за станом здоров'я непридатними до військової служби; до набуття громадянства України пройшли військову службу в інших державах; проходили військову службу; мають сертифікат про проходження базової підготовки та здобуття військово-облікової спеціальності; здобувають освіту за іншими (крім денної та дуальної) формами здобуття освіти, включаючи поєднані; іноземні громадяни) обирають одну з 3-х кредитну дисципліну із запропонованих у переліку освітніх компонент блоку ВПП.

****Здобувач обирає одну дисципліну із запропонованих у переліках/блоках освітніх компонент BK10 та BK11, тим самим забезпечує опанування і поглиблення компетентностей та результатів навчання, що направлені на здобуття соціальних навичок (Softskills) відповідно до вимог стандарту спеціальності. Переліки складових освітніх компонент BK10 та BK11 можуть збільшуватися і оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

***** Здобувач може обрати будь-який блок дисциплін професійного спрямування MAJOR, який забезпечує опанування і поглиблення компетентностей та результатів навчання, що направлені на здобуття фахових навичок відповідно до вимог стандарту спеціальності. Блоки дисциплін професійного спрямування MAJOR можуть збільшуватися і оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

Здобувач, який зарахований на базі повної загальної середньої освіти, виконує освітньо-професійну програму в обсязі 240 кредитів ЄКТС.

Здобувач, який зарахований на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»), виконує освітньо-професійну програму в обсязі 240 кредитів ЄКТС. При цьому ХАІ визнає та перезараховує кредити ЄКТС отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): не більше ніж 120 кредитів ЄКТС зі спеціальностей галузі знань «Управління та адміністрування», а також спеціальності «Економіка»; не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС з інших спеціальностей; не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.

Згідно з принципами компетентнісного підходу до здобуття вищої освіти перезарахування результатів раніше складених претендентом дисциплін відповідно до індивідуального навчального плану здійснюється за заявою претендента на підставі Положення «Про перезарахування навчальних дисциплін і визначення академічної різниці в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут»» <https://khai.edu.ua/education/osvitni-programi-i-komponenti/osvitni-programi-bakalavriv/>) шляхом порівняння: відповідності змісту дисципліни освітньо-професійної програми (ОПП); запланованих результатів навчання з відповідної дисципліни; загального обсягу у годинах і кредитах ЄКТС; форм підсумкового контролю тощо.

3.2 Розподіл освітніх компонент освітньої програми (КОП) за курсами та семестрами

Під час формування переліку дисциплін, практик та атестації враховано вимоги Національної рамки кваліфікацій України, стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, положення «Про організацію освітнього процесу в ХАІ» (<https://khai.edu.ua/university/normativna-baza/polozheniya1/polozhennya-yaki-regulyuyut-poryadok-zdiysnennya-osvitnogo-procesu/polozhennya-pro-organizaciyu-osvitnogo-procesu/>) та відповідних нормативних документів.

Практики та/або стажування (за всіма видами) входять до складу обов'язкових навчальних дисциплін. Кількість форм контролю на навчальний рік не перевищує шістнадцять. Аудиторне навантаження становить від 1/3 до 2/3 загального обсягу навантаження.

Розподіл освітніх компонент освітньої програми (КОП) за курсами та семестрами надано у додатку А.

3.3 Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема (додаток А) освітньої програми відображає послідовність вивчення її компонент, як обов'язкових, так і вибіркових. Здобувачем вищої освіти обирається індивідуальна траєкторія навчання яка реалізується через обирання вибіркових компонент на підставі Положення «Про забезпечення права студентів на вибір навчальних дисциплін».

4 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускника освітньої програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи бакалавра і завершується видачою документу встановленого зразку про присудження йому ступеня бакалавр із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

КОП	Обов'язкові компоненти																																	
	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	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		
OK1			+	+				+							+			+		+	+	+	+											
OK2		+													+				+							+								
OK3	+	+				+						+	+		+											+								
OK4			+	+				+	+			+			+			+			+				+	+	+	+	+					
OK5	+	+							+						+			+																
OK6									+	+			+		+		+	+		+	+							+	+					
OK7				+		+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+				
OK8		+						+							+			+			+	+					+							
OK9			+	+		+			+	+			+		+	+		+		+				+								+		
OK10						+					+				+							+					+							
OK11				+	+	+			+		+				+	+	+					+					+							
OK12							+								+	+						+		+			+	+						
OK13				+	+						+	+			+	+																		
OK14				+		+						+			+								+				+							
OK15			+					+							+			+			+			+			+	+						
OK16					+	+				+			+		+	+							+			+				+			+	
OK17	+					+		+	+				+	+	+	+		+	+	+			+			+					+		+	
OK18			+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+					+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	
OK19			+	+									+		+	+								+	+				+					
OK20		+				+		+	+			+		+	+	+					+	+			+			+	+					
OK21			+	+		+		+	+	+		+		+	+	+					+				+		+	+	+	+	+	+	+	
OK22				+	+	+	+	+	+		+				+	+	+										+		+	+	+	+	+	
OK23			+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	+				+	+		+		+	+	+		+		+	+	+	
OK24						+	+	+				+			+	+	+		+	+		+		+		+		+	+	+	+			
OK25			+	+	+	+	+	+	+		+				+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+				
OK26			+	+	+	+	+	+	+		+				+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+				
OK27			+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+				+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	
OK28						+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+				
OK29	+	+				+		+	+				+	+	+	+		+	+	+		+				+	+							
OK30						+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+			
OK31			+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	
OK32				+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK33			+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+				+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	
OK34		+		+					+						+						+							+			+		+	+
OK35	+			+		+	+		+	+			+	+	+	+			+	+		+		+						+				
OK36			+	+		+	+		+			+	+	+	+	+			+	+		+			+		+	+	+	+	+	+	+	
OK37			+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+				+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	
OK38			+	+		+	+		+			+	+	+	+	+			+	+		+					+	+	+	+	+			
OK39						+	+	+	+			+			+		+	+	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+			
OK40	+	+										+			+		+		+	+	+	+		+			+	+	+	+				
OK41			+	+		+		+	+	+		+	+	+	+	+			+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	
OK42	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

**ЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НА
(ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»**

КОП	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19	ПРН20
Обов'язкові компоненти																				
OK1							+		+	+										
OK2	+	+																		
OK3		+																+		
OK4		+		+			+	+				+				+	+			
OK5															+		+	+		
OK6																		+		
OK7	+	+	+	+	+	+		+	+	+				+	+	+	+	+		
OK8	+	+	+							+										
OK9							+												+	+
OK10						+				+	+									
OK11	+						+					+	+	+	+	+	+	+		
OK12			+	+		+														
OK13											+	+	+	+		+				
OK14				+						+			+							
OK15		+	+	+	+	+			+					+						
OK16		+				+					+		+				+		+	+
OK17		+		+	+		+								+			+		
OK18		+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+				
OK19								+			+		+							
OK20				+		+		+			+				+		+	+		
OK21	+	+	+	+	+	+		+	+	+				+	+	+	+	+		
OK22	+	+					+					+	+	+	+	+	+	+		
OK23			+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+		+	+
OK24	+	+	+	+		+		+		+	+			+	+	+		+		
OK25		+	+	+	+	+	+		+	+		+		+	+	+	+	+		
OK26		+	+	+	+	+	+		+	+		+		+	+	+	+	+		
OK27		+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+				+
OK28			+			+			+	+	+			+	+		+			
OK29	+	+			+	+								+			+	+		
OK30			+			+			+	+	+			+	+		+			
OK31		+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+				+
OK32	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		
OK33		+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+			+	+
OK34										+						+				+
OK35	+		+	+		+	+	+							+	+	+	+		
OK36		+	+	+	+	+	+	+												
OK37		+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+			+	+
OK38		+	+	+	+	+	+	+												
OK39	+	+	+	+	+	+	+	+			+			+	+	+		+		
OK40		+									+									
OK41		+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+				+
OK42	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		

Додаток А

Розподіл освітніх компонент освітньої програми (КОП) за курсами та семестрами

1 курс				2 курс				3 курс				4 курс			
1 семестр		2 семестр		3 семестр		4 семестр		5 семестр		6 семестр		7 семестр		8 семестр	
КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів
OK1	5	OK1	5	OK12	4	OK18	5	OK23	4,5	OK28	4	OK34	4	OK39	5
OK2	5	OK6	4	OK13	4	OK19	5	OK24	5	OK29	4	OK35	4	OK40	3
OK3	6,5	OK7	4	OK14	4	OK20	4,5	OK25	5	OK30	2	OK36	4	OK42	9
OK4	5	OK8	4	OK15	3	OK21	2	OK26	2	OK31	4,5	OK37	4,5	OK41	4,5
OK5	3	OK9	5,5	OK16	4	OK22	3	OK27	3	OK32	3	OK38	2		
OK6	4	OK10	3	OK17	3,5					OK33	4				
		OK11	3												
		BK10	3	BK11	3	BK8	3	BK1	5	BK2	5	BK3	5	BK4	5
						BK9	5			BK5	5	BK6	5	BK7	5
				BK12	3	BK13	4	BK14	4						
28,5		31,5		28,5		31,5		28,5		31,5		28,5		31,5	
60				60				60				60			

Всі компоненти (обов'язкові та вибіркові), їх зміст, формування компетентностей (загальних, спеціальних(фахових)) та визначення результатів навчання представлено у силабусах навчальних дисциплін на сайті в розділі «Короткий опис, структура і освітні компоненти освітніх програми і компонентів» (окремо за кожним курсом навчання) освітньо-професійної програми «Цифровий маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг»

<https://khai.edu.ua/education/osvitni-programi-i-komponenti-z-2025-roku/osvitni-programi-i-komponenti2/cifrovij-marketing/>

Додаток Б **СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»**

