

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»**

ПРОЄКТ

**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг**

**галузі знань D Бізнес, адміністрування та право освіти
кваліфікація: бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ**

Голова вченої ради

протокол № _____ від _____

Освітня програма набуває чинності
з 01 вересня 2026 р.

Проректор з науково-педагогічної роботи

Лубни – 2026

СТОРІНКА ПОГОДЖЕННЯ
освітньої програми
«Маркетинг»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу

ПОГОДЖЕНО:

Директор навчально-наукового інституту бізнесу,
менеджменту і публічного управління

_____ Валерій ХМЕЛЬ

«-----» ----- 2026 р.

Завідувач кафедри економіки і маркетингу

_____ Людмила ГОРБАТЮК

«----» ----- 2026 р.

Гарант освітньої програми

_____ Єгор ЧЕБОТАРЬОВ

«-----» ----- 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма відповідає вимогам чинного стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України від 05.12.2018 р. № 1343) з урахуванням змін, затверджених наказами МОН України від 28.05.2021 р. № 593 і від 13.06.24 р. № 842.

Розроблено проєктною групою у складі:

1. Гарант програми (керівник проєктної групи) – Чеботарьов Є.В., кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і маркетингу.
2. Чеботарьов В.А., доктор економічних наук, професор кафедри економіки і маркетингу.
3. Горбатюк Л.М., кандидат економічних наук, завідувач кафедри економіки і маркетингу.
4. Козлов О., здобувач 2-го курсу вищої освіти за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня.
5. Дугін А.В., фізична особа-підприємець, м. Полтава.

Програму обговорено на засіданні кафедри економіки і маркетингу.

Протокол від ----- 2026 р. № _____.

Програму схвалено на засіданні вченої ради навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

Протокол від ----- 2026 р. № _____.

Відомості про рецензентів – зовнішніх стейкхолдерів:

1. Ткачук Марко – Генеральний директор Компанії «IDS Ukraine».

1. Опис освітньої програми зі спеціальності D5 Маркетинг

Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», навчально-науковий інститут бізнесу і менеджменту
Назва освітньої програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Спеціалізація або предметна спеціальність (за наявності)	відсутня
Опис предметної області	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть 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 маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Цілі освітньої програми	<ul style="list-style-type: none"> - підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням і компетентностями, необхідними для реалізації ефективної соціально відповідальної маркетингової діяльності у всіх галузях і сферах економіки та у маркетинговому забезпеченні функціонування установ публічного сектору, органів місцевого самоврядування й громадських організацій в умовах війни та повоєнного відновлення України; - забезпечення освітнього процесу, спрямованого на органічне поєднання сучасних провідних напрямів розвитку науки й спеціальності: міждисциплінарного, між-функціонального та міжкультурного підходів і врахування галузевих і регіональних тенденцій і тенденцій ринку праці; - провадження практико-орієнтованого студентоцентрованого навчання і викладання з поглибленням національної свідомості та патріотизму, формуванням соціальних, комунікативних і креативних навичок.

Тип освітньої програми	освітньо-професійна
Мова (мови) викладання	українська, англійська
Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання ОП	240
Форми здобуття освіти за ОП і розрахункові строки виконання ОП за кожною з них	денна 3 роки 10 місяців
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за ОП (відповідно до стандартів вищої освіти)	повна загальна середня освіта, наявність ступеня молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста), фахового молодшого бакалавра
Компетентності випускника	<p>Інтегральна компетентність ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p>Загальні компетентності 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 кроскультурному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>

	<p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> <p>Спеціальні (фахові) компетентності</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії та практики маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування світових, загальнодержавних і регіональних ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Програмні результати навчання, які дають право на присудження визначеної ОП освітньої або освітньої та професійної кваліфікації (кваліфікацій)</p>	<p>ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>

	<p>ПРН6. 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>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, національних та загальнолюдських і наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПРН19. Демонструвати навички провадження ефективної соціально-відповідальної маркетингової діяльності ринкових і соціальних суб'єктів з урахуванням галузевих і регіональних особливостей і тенденцій розвитку ринків праці при реалізації маркетингової діяльності в умовах війни та повоєнного відновлення.</p>
<p>Форма (форми) атестації здобувачів вищої освіти</p>	<p>атестаційний екзамен</p>

<p>Можливості працевлаштування за здобутою освітою</p>	<p>Згідно з чинним Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010 фахівці зі спеціальності можуть працювати на таких посадах: 1224 керівник торговельно-економічної місії; 1233 керівники підрозділів маркетингу; 1234 керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 2419.2 фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2419.2 консультант з маркетингу; 2419.2 економіст із збуту; 2419.2 фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 2419.3 головний консультант ефективності підприємства</p>
<p>Процедури присвоєння професійних кваліфікацій (у разі їх присвоєння)</p>	<p>професійну кваліфікацію не присвоюють</p>

2. Перелік обов'язкових освітніх компонентів (ОК) і їх логічна послідовність

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/роботи, практики робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК 1	Україна в контексті європейської історії та культури	5,0	екзамен
ОК 2	Усна й письмова комунікація та академічна риторика	5,0	залік, екзамен
ОК 3	Іноземна мова за професійним спрямуванням	10,0	2 заліки, 2 екзамени
ОК 4	Філософія	5,0	екзамен
ОК 5	Фізичне виховання	3,0	залік
ОК 6	Політична економія	4,0	екзамен
ОК 7	Вища математика	3,0	екзамен
ОК 8	Підприємництво та бізнес-планування	3,0	екзамен
ОК 9	Історія економіки та економічної думки	4,0	екзамен
ОК 10	Товарознавство	6,0	екзамен
ОК 11	Інформаційні системи і технології в маркетингу	6,0	залік
ОК 12	Статистика	6,0	залік
ОК 13	Макроекономіка та мікроекономіка	7,0	екзамен
ОК 14	Регіональна економіка	3,5	екзамен
ОК 15	Маркетинг	6,0	екзамен
ОК 16	Менеджмент	6,0	екзамен
ОК 17	Бухгалтерський облік і аудит	6,0	екзамен
ОК 18	Економіка підприємства	6,0	екзамен
ОК 19	Міжнародна економіка та зовнішньоекономічна діяльність	6,0	екзамен
ОК 20	Поведінка споживача	6,0	залік
ОК 21	Маркетингові дослідження	6,0	екзамен
ОК 22	Маркетингова товарна політика	6,0	екзамен
ОК 23	Інтернет-маркетинг	6,0	екзамен
ОК 24	Маркетинг послуг	6,0	екзамен
ОК 25	Маркетинг промислового підприємства	6,0	екзамен
ОК 26	Marketing communications	6,0	екзамен
ОК 27	Бренд-маркетинг та PR у бізнесі	6,0	залік
ОК 28	Навчальна практика «Вступ до фаху та академічна доброчесність»	1,5	залік
ОК 29	Підприємницька практика	9,0	залік
ОК 30	Комплексна практика з фаху	9,0	залік
ОК 31	Курсова робота з маркетингових досліджень	3,0	залік
ОК 32	Курсова робота з маркетингу послуг	3,0	залік
ОК 33	Поведінкова економіка	3,0	залік
ОК 34	Атестація	3,0	атестаційний екзамен
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів:		180	

3. Інформація про дисципліну «Теоретична підготовка БЗВП»

Дисципліна «Теоретична підготовка БЗВП» обсягом 3,0 кредити ЄКТС є обов'язковою для включення до індивідуальних навчальних планів здобувачів вищої освіти, для яких це передбачено законодавством, і вибірковою для інших здобувачів.