



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

першого бакалаврського рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

Протокол № 22 від "19" квітня 2019 р.



Освітньо-професійна програма вводиться
в дію з 1 вересня 2020 р

Ректор

Наказ № 78 від "21" лютого 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми
підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні
за спеціальністю Маркетинг

1. Методична комісія спеціальності Маркетинг
Протокол № 06 від « 20 » 03 2019 р.

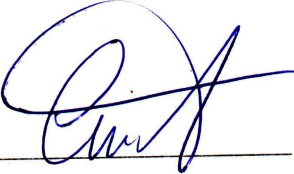
Голова комісії  О.В. Вотченікова

2. Вчена рада Будівельно-технологічного факультету
Протокол № 6 від « 21 » 03 2019 р.

Голова вченої ради  В.І. Гоц


3. Навчально-методичний відділ

Начальник НМВ
« 26 » 03 2019 р.



І. О. Склярів

4. Перший проректор
« 27 » 03 2019 р.



Д.О.Чернишев

ПЕРЕДМОВА

Керуючись підпунктом 17 частини першої статті 1 та відповідно до пункту 5 статті 13 Закону України «Про вищу освіту» вчена рада Київського національного університету будівництва і архітектури затвердила освітньо - професійну програму (ОПП) Маркетинг для підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 075 Маркетинг, яка містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

ОПП розроблено науково-методичною комісією спеціальності 075 Маркетинг у складі:

1. Рижакова Г. М., завідувач кафедри, доктор економічних наук, професор.
2. Бондар О. А., доктор економічних наук, професор
3. Вотченікова О.В., к. екон. н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві.

1. Профіль освітньої-професійної програми

зі спеціальності 075 Маркетинг

Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Київський національний університет будівництва і архітектури
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр. Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
Наявність акредитації	Впроваджується вперше у 2019 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень; FQ-EHEA – перший цикл; EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти або ступеня спеціаліста (молодшого бакалавра)
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	5 років до 01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.knuba.edu.ua

2 - Мета освітньої програми

Формування системи професійних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань маркетингової діяльності.

3 - Характеристика освітньо-професійної програми

Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма бакалавра. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу з практико-орієнтованим навчанням.
Основний фокус освітньої програми та	Загальна (академічна) освіта Програма ґрунтується на фундаментальній

спеціалізації	ринковій та загальноєкономічній освіті, пропонує комплексний підхід до маркетингової діяльності підприємств, шляхом теоретичного навчання та практичної підготовки, орієнтована на використання сучасних інформаційних технологій. Програма містить набір професійно-орієнтованих дисциплін з управління маркетинговою діяльністю, матеріальними, фінансовими, людськими ресурсами підприємств, економіко-математичного моделювання, базової правової та мовної підготовки. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність підприємства, контент-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, клієнтоорієнтованість, маркетингові дослідження.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу, практична підготовка протягом навчання на підприємствах, що займаються маркетинговою діяльністю.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посаді у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: Помічника керівника підприємства (установи, організації); організатора з постачання; організатора зі збуту; агента комерційного; агента торговельного; торговці (обслуговування бізнесу та реклами).
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на програмах підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 8 рівня НРК України
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання. Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, колективні та інтерактивні контекстні технології навчання, навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійної лекції, інтерактивної лекції, семінарів,

	практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами, підготовка до комплексного випускного іспиту за фахом.
Оцінювання	Методи та критерії оцінювання узгоджені з результатами навчання і з видами навчальної діяльності. Методи оцінювання - екзамени, тести, залік, звіти про практику та лабораторні роботи, контрольні, курсові роботи, презентації, поточний контроль, комплексний кваліфікаційний екзамен.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність(ІК)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері підприємництва та комерційної діяльності, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки, менеджменту, бізнес-підприємництва і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетентності (КЗ)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на</p>

	<p>відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (КС) (загально-професійні)</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 положення 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 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 інноваційній 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</p>

	<p>функціонування 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 крос- функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><i>СК 15. Здатність прогнозувати перспективи розвитку ринку товарів, зокрема будівельних.</i></p> <p><i>СК 16. Здатність розробляти комплекс маркетингу підприємств будівельної галузі.</i></p> <p><i>СК 17. Здатність ідентифікувати потреби споживачів будівельних супермаркетів.</i></p>
--	--

7 - Програмні результати навчання

	<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</p>
--	--

	<p>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 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 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>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кількісні та якісні показники рівня наукової та професійної активності науково-педагогічних

	працівників, які забезпечують навчальний процес за освітньою програмою повністю відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти
Матеріально-технічне забезпечення	Кількісні показники матеріально-технічного забезпечення повністю відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення повністю відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Положенням університету передбачена можливість національної кредитної мобільності. Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших закладах освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	Положенням університету передбачена можливість міжнародної кредитної мобільності
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП (частина навчального плану)

Код н/д	Компонент освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Нормативні навчальні дисципліни			
<i>1.1. Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки</i>			
1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	залік
2	Вища та прикладна математика	3	залік
3	Історія української державності та культури	3	екзамен
4	Ділова українська мова		залік/екзамен
5	Фізичне виховання		залік
	Всього	15	
<i>1.2. Цикл фундаментальної підготовки</i>			
6	Сучасні інформаційні технології в економіці	5	екзамен
7	Історія економіки та економічної думки	3	залік
8	Поведінка споживача	3	залік
9	Охорона праці та безпека життєдіяльності	4	екзамен
10	Правознавство	4	залік
11	Соціологія	5	залік
12	Економічна теорія	4	екзамен
13	Охорона праці та безпека життєдіяльності	3	залік
14	Теорія ймовірностей та математична статистика	5	екзамен
	Всього	36	
<i>1.3. Цикл професійної та практичної підготовки</i>			
15	Економіка підприємства	3	екзамен
16	Макроекономіка	6	екзамен
17	Мікроекономіка	6	екзамен
18	Міжнародна торгівля	4	залік
19	Товарознавство	4	екзамен
20	Менеджмент	3	екзамен
21	Маркетинг	10	залік /екзамен
22	Політологія	4	залік
23	Статистика	4	екзамен
24	Облік і аудит	4	екзамен
25	Логістика	3,5	залік
26	Маркетингові дослідження	4	екзамен
27	PR та реклама в бізнесі	4	залік
28	Маркетинг послуг	3	екзамен
29	Інформаційні війни та безпека	4	екзамен
30	Економетричні методи у маркетингу	4	залік
31	Промисловий маркетинг	3	екзамен
32	Маркетинг партнерських відносин	4	екзамен
33	Стратегічний маркетинг	4,5	екзамен
34	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
35	Програмне забезпечення маркетингових досліджень	4	екзамен
36	Управління продажем та мерчандайзинг	3	екзамен
37	Фінансовий маркетинг	4	залік
38	Маркетинг нерухомості	6	екзамен
39	Електронна комерція	3	залік

40	Управління бізнес-процесами та бізнес-аналітика	4	екзамен
	Всього	111	
2. Дисципліни вільного вибору студента			
2.1. Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки			
41	Маркетинговий менеджмент	3	залік
42	Теорія економічної конкуренції	3	залік
43	Конкурентоспроможність підприємств		залік
44	Світовий ринок товарів та послуг	5	залік
	Соціологія/Логіка		
	Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/Сучасні бізнес-комунікації	3	залік
	Трансформаційна економіка та економічна політика держави/Економічна глобалізація		
	Всього	15	
2.2. Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки			
45	Етика ділового спілкування/ Конфліктологія	6	залік/екзамен
46	Інфраструктура товарного ринку/Теорія галузевих ринків	5	екзамен
47	Інноваційний маркетинг /Екологічний маркетинг	4	екзамен
48	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг/Управління якістю	3	залік
49	Маркетингова політика розподілу/ Маркетинг закупівель	4	залік
50	Прямий маркетинг/Соціальний маркетинг	3	залік
51		3	залік
52	Міжнародний маркетинг/ Міжнародний бізнес	4	екзамен
53	Світові фінанси/Міжбюджетні відносини	3	залік
54	Маркетинг будівельних послуг/ Маркетинг будівельних товарів	4	екзамен
55	Регіональний маркетинг/Маркетинг територій	3	залік
56	Інтернет-маркетинг/Інтернет-технології в бізнесі	3	залік
	Всього	45	
	Навчальна (економічна) практика	4,5	
	Виробнича практика	4,5	
	Виконання дипломної роботи бакалавра із захистом в ЕК, іспит зі спеціальності	9	
	Загальна обсяг освітньої програми	240	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної підготовки студентів-випускників, у формі здачі іспиту зі спеціальності та захисту дипломної роботи бакалавра.

Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Екзаменаційна комісія працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення вищого навчального закладу приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Вибіркові навчальні дисципліни

		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5
1.	Правознавство/Політологія	+			+					+				+
2.	Соціологія/Логіка	+	+											
3.	Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/Сучасні бізнес-комунікації	+	+		+		+	+	+					+
4.	Трансформаційна економіка та економічна політика держави/Економічна глобалізація										+	+		+
5.	Іноземна мова за професійним спрямуванням/Друга іноземна мова	+					+							
6.	Паблік рілейшнз/Основи реклами та зав'язків з громадськістю	+			+		+	+	+					+
7.	Інноваційний маркетинг /Діагностика конкурентоспроможності		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
8.	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг/Економічне прогнозування	+		+			+	+						+
9.	PR-технології в організаціях/Організаційна культура	+	+	+			+	+	+					+
10.	Маркетингова політика розподілу/Маркетинг закупівель	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+
11.	Прямий маркетинг/Соціальний маркетинг	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+
12.	Міжнародний маркетинг/ Міжнародний бізнес	+			+		+	+		+	+	+	+	+
13.	Світові фінанси/Міжбюджетні відносини	+			+	+	+				+	+		
14.	Інфраструктура товарного ринку/Основи мерчандайзингу	+	+		+	+					+	+	+	+
15.	Регіональний маркетинг/Маркетинг туризму	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+
16.	Інтернет-маркетинг/Інтернет-технології в бізнесі	+	+	+			+	+					+	

**5.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)
відповідними компонентами освітньо-професійної програми
Нормативні навчальні дисципліни**

		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
1.	Ділова українська мова				+	+			+					+	+	+
2.	Історія та культура України				+									+		+
3.	Філософія													+	+	+
4.	Іноземна мова															+
5.	Фізичне виховання															
6.	Історія маркетингу та генезіс маркетингових концепцій	+						+			+					
7.	Мікроекономіка								+	+						
8.	Макроекономіка								+	+						
9.	Основи підприємництва та ринкової економіки				+	+	+	+		+				+		+
10.	Вища математика									+						
11.	Теорія ймовірності і математична статистика								+	+						
12.	Економіко-математичні методи та моделі								+	+						
13.	Безпека життєдіяльності															
14.	Аналіз господарської діяльності підприємства			+			+		+	+						
15.	Економіка підприємства	+			+	+	+		+	+	+	+	+		+	+
16.	Вступ до фаху				+			+				+			+	
17.	Основи організації бізнесу				+	+	+					+	+	+		
18.	Бізнес-планування	+		+		+			+	+	+	+	+	+		+
19.	Товарознавство	+						+	+	+	+		+			
20.	Менеджмент	+			+	+	+		+	+	+	+	+	+		+
21.	Маркетинг	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
22.	Комп'ютеризація економічних розрахунків			+					+	+					+	
23.	Фінанси, гроші і кредит									+						
24.	Міжнародні економічні відносини				+								+	+		+
25.	Економіка праці і соціально- трудові відносини				+	+				+					+	+
26.	Бухгалтерський облік			+					+	+			+			
27.	Теорія організації				+											
28.	Реклама і стимулювання збуту	+			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
29.	Регіональна економіка та просторовий розвиток						+			+				+	+	
30.	Фінансові ринки та ринки фінансових послуг				+		+		+	+			+			
31.	Поведінка споживачів	+			+	+	+	+		+	+		+	+		+
32.	Основи логістики	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+			
33.	Маркетингова товарна політика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	
34.	Маркетинг промислового підприємства	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	
35.	Маркетингове ціноутворення	+				+	+	+		+	+		+		+	
36.	Маркетинг послуг	+	+		+	+	+	+	+		+		+			
37.	Ризики в маркетингу	+						+		+	+		+		+	
38.	Маркетингові дослідження	+		+			+	+	+	+	+		+		+	
39.	Маркетинговий аналіз та аудит	+		+				+	+	+	+		+		+	
40.	Маркетингові комунікації	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+

Вибіркові навчальні дисципліни

		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
41.	Правознавство/Політологія				+	+		+				+		+	+	+
42.	Соціологія/Логіка				+	+								+		
43.	Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/ Сучасні бізнес-комунікації	+			+	+		+	+		+	+		+		+
44.	Трансформаційна економіка та економічна політика держави/ Економічна глобалізація	+			+	+	+		+	+						
45.	Іноземна мова за професійним спрямуванням/ Друга іноземна мова									+						+
46.	Паблік рілейшнз/Основи реклами та зав'язків з громадськістю				+	+		+					+	+		+
47.	Інноваційний маркетинг /Діагностика конкурентоспроможності	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+			
48.	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг/ Економічне прогнозування							+	+							
49.	PR-технології в організаціях/Організаційна культура	+	+	+	+	+				+	+	+		+	+	+
50.	Маркетингова політика розподілу/Маркетинг закупівель	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	
51.	Прямий маркетинг/Соціальний маркетинг	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
52.	Міжнародний маркетинг/ Міжнародний бізнес	+	+	+	+	+	+	+			+		+	+	+	+
53.	Світові фінанси/ Міжбюджетні відносини				+	+	+						+			
54.	Інфраструктура товарного ринку/Основи мерчендайзингу	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+		+	
55.	Регіональний маркетинг/ Маркетинг туризму	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	
56.	Інтернет-маркетинг/ Інтернет-технології в бізнесі	+		+		+	+	+		+	+		+	+	+	