



ЗАТВЕРДЖЕНО / APPROVED

Вченою радою КПІ ім. Ігоря Сікорського /
by the Academic Council
of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
протокол / minutes of meeting № 5
від / dated 12.05.2025 р.

Голова Вченої ради / Head of the Academic Council
Михайло ІЛЬЧЕНКО / Mykhailo ILCHENKO

ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ INDUSTRIAL MARKETING

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА / PROFESSIONAL EDUCATIONAL PROGRAMME

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність: D5 Маркетинг
Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

The first (bachelor) level of higher education
Speciality : D5 Marketing
Knowledge branch: D Business, Administration and
Law
Qualification: Bachelor of Marketing

ID: **81805**

Введено в дію з / Enacted since
2025/2026 навчального року / academic year
наказом ректора / by rector's order
№ 404/560/23 від / dated 27.06 2025

Київ / Kyiv
2025

ПРЕАМБУЛА / PREAMBLE

РОЗРОБЛЕНО / DESIGNED

Керівник робочої групи/ Head of the project team:

Жигалкевич Жанна Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу / Zhanna Zhygalkevych, Doctor of Science in Economics, Professor, Professor of the Department of Industrial Marketing;

Члени робочої групи/ Project team members:

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор, завідувач кафедри промислового маркетингу / Sergii Solntsev, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Head of the Department of Industrial Marketing;

Шульгіна Людмила Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу / Liudmyla Shulhina, Doctor of Science in Economics, Professor, Professor of the Department of Industrial Marketing;

Борисенко Олена Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу / Olena Borysenko, Candidate of Economic Sciences, Professor, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing;

Суворова Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу / Iryna Suvorova, Candidate of Economic Sciences, Professor, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing;

Тривайло Андрій Юрійович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу / Andrii Tryvailo, Candidate of Economic Sciences, Professor, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing;

Данько Юрій Іванович, доктор економічних наук, проректор з наукової та міжнародної діяльності Сумського національного аграрного університету / Yurii Danko, Doctor of Science in Economics, Professor, Vice-Rector for Research and International Activities, Sumy National Agrarian University (за згодою)

Савицька Наталія Леонідівна, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету / Nataliia Savytska, Doctor of Science in Economics, Professor, Head of the Department of Marketing, Reputation and Customer Experience Management, State Biotechnology University (за згодою)

Костя Сергій Богданович, регіональний маркетинг-менеджер Центральної, Східної Європи та Азії компанії Bolt / Sergey Kostya, Regional Marketing Manager for Central, Eastern Europe and Asia at Bolt (за згодою)

Рибальченко Роман Андрійович, засновник агенції performance маркетингу ROMAN.UA / Roman Rybalchenko, founder of the performance marketing agency ROMAN.UA (за згодою)

Баськов Іван Геннадійович, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Промисловий маркетинг» / Ivan Baskov, Bachelor's degree applicants of the EPP «Industrial marketing» (за згодою)

Абрамець Анна Дмитрівна, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП

«Промисловий маркетинг» / Anna Abramets, Bachelor's degree applicants of the EPP «Industrial marketing» (за згодою)

ПОГОДЖЕНО / AGREED:

Науково-методична комісія університету зі спеціальності D5 Маркетинг / The Scientific and Methodological Commission of the University on speciality D5 Marketing (протокол / minutes of meeting №7/25 від 02.05.2025 / dated 02.05.2025)

Голова НМКУ-D5/ Head of the SMCU-D5



Людмила Шульгіна / Liudmyla SHULHINA

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського / The Methodological Council of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (протокол / minutes of meeting № 7 від / dated 08.05 2025 р.)

Голова Методичної ради / Head of the Methodological Council



Тетяна ЖЕЛЯСКОВА / Tetiana ZHELIASKOVA

ВРАХОВАНО / CONSIDERED:

1. Про вищу освіту: Закон України № 1556-VII у чинній редакції від 09.04.2025. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, ступеня вищої освіти – бакалавр, першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (МОН №1343 від 05.12.2018 р.). URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
3. Національна рамка кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України №1341 від 23.11.2011 р. у чинній редакції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>
4. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG 2015) URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf
5. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України № 266 від 29.04.2015 р. у чинній редакції (зі змінами і доповненнями згідно постанови КМУ № 188 від 21.02.2025 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#n11>
6. Роз'яснення щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми: методичний посібник / А. Бутенко, Г. Денискіна, О. Єременко, О. Книш, І. Сімшаг, О. Требенко. Київ : Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, 2024. 127 с. URL: <https://is.gd/LxPOXu>.
7. Міжнародна стандартна класифікація освіти: Галузі освіти і підготовки 2013 року (ISCED-F 2013). Детальні описи галузей. URL: <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf>
8. Рекомендація Ради щодо ключових компетентностей для навчання впродовж усього життя. Європейська комісія. URL: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/improving-quality/key-competences>
9. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. № 327 у чинній редакції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
10. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринків збуту (МАРКЕТОЛОГ)»

розміщено в Реєстрі кваліфікацій [Національного Агентства Кваліфікацій України](https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog.pdf) URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog.pdf

11. Порядок проведення базової загальної підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських: Постанова Кабінету Міністрів України № 734 від 21.06.2024 р. у чинній редакції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF#Text>
12. Стратегія розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського на 2025–2030 роки URL: <https://kpi.ua/strategy>
13. Положення про освітні програми КПІ ім. Ігоря Сікорського (Наказ «Про затвердження Положення про освітні програми КПІ ім. Ігоря Сікорського» НОН/232/25 від 24.03.2025 р.). URL: <https://osvita.kpi.ua/node/137>.
14. Про планування та організацію освітнього процесу 2025/2026 н.р. (Наказ КПІ ім. Ігоря Сікорського НОН/362/25 від 25.04.2025 р.). URL: https://document.kpi.ua/2025_HOD-362
15. Довідник загальноуніверситетських навчальних дисциплін для розробників освітніх програм. Ухвалено Методичною Радою КПІ ім. Ігоря Сікорського (протокол № 6 від 10.04.2025). URL: <https://osvita.kpi.ua/dovidnyk>
16. Результати аналізу освітньо-професійних програм вітчизняних та зарубіжних університетів; результати досліджень вимог ринку праці, потреб галузі та регіонів, (протоколи: кафедри: № 13 від 26.02.2025 р., № 14 від 03.04.2025 р., №15/1 від 30.04.2025 р.).
17. Рекомендації науково-педагогічних працівників, академічної спільноти, представників студентського самоврядування, здобувачів вищої освіти, представників роботодавців і інших стейкхолдерів за результатами громадського обговорення на засіданнях НМК КПІ ім. Ігоря Сікорського зі спеціальності D5 Маркетинг.

1. On Higher Education: Law of Ukraine No. 1556-VII, as amended as of 04/09.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Standard of Higher Education of Ukraine in the specialty 075 Marketing of the field of knowledge 07 Management and administration, for the first (bachelor's) level of higher education – Bachelor's Degree (Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 1343 dated 05/12/2018). URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
3. National Qualifications Framework: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1341 dated 23.11.2011, as amended. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>
4. Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG) (ESG 2015) URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_eh_ea_2015.pdf
5. On the Approval of the List of Fields of Knowledge and Specialties for which higher and professional pre-higher education is provided: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 266 dated 04/29/2015, as amended (including amendments by Resolution No. 188 dated 02/21.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#n11>
6. Explanation on the Application of the Criteria for Assessing the Quality of Educational Programs: Methodical Guide / A. Butenko, H. Deniskina, O. Yeremenko, O. Knysh, I. Simshag, O. Trebenko. Kyiv: National Agency for Higher Education Quality Assurance, 2024. 127 p. URL: <https://is.gd/LxPOXu>
7. International standard classification of education. Fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013) – Detailed field descriptions. URL: <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf>
8. Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning. European Commission.

URL: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/improving-quality/key-competences>

9. National Classifier of Ukraine. Classifier of Occupations DK 003:2010, approved by the Order of the State Consumer Standard of Ukraine dated 07/28/2010, No. 327, as amended
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
10. The professional standard 'Specialist in methods of expanding sales markets (MARKETER)' is published in the Register of Qualifications of the National Qualifications Agency of Ukraine URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog.pdf
11. Procedure for Conducting Basic General Military Training for citizens of Ukraine obtaining higher education, and for police officers: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 734 dated 21.06.2024, as amended.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF#Text>
12. Development Strategy of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute for 2025–2030
URL: <https://kpi.ua/strategy>
13. Regulations on Educational Programs of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (Order "On Approval of the Regulations on Educational Programs of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute" No. HOH/232/25 dated 03/24.2025). URL: <https://osvita.kpi.ua/node/137>
14. On Planning and Organizing the Educational Process for the 2025/2026 Academic Year (Order of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute No. HOH/362/25 dated 04/25.2025).
URL: https://document.kpi.ua/2025_HOD-362
15. Handbook of general university disciplines for developers of educational programmes. Approved by the Methodological Council of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (Minutes No. 6 of 10.04.2025). URL: <https://osvita.kpi.ua/dovidnyk>.
16. Results of the analysis of educational and professional programmes of domestic and foreign universities; results of research on labour market requirements, industry and regional needs (minutes: departments: No. 13 of 26.02.2025, No. 14 of 03.04.2025, No. 15/1 of 30.04.2025).
17. Recommendations of research and teaching staff, academic community, representatives of student self-government, higher education students, representatives of employers and other stakeholders based on the results of public discussion at the meetings of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute's QMC in the specialty D5 Marketing.

ЕВОЛЮЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / EVOLUTION OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME

Освітньо-професійна програма «Промисловий маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (далі – ОПП) має значне історичне підґрунтя, починаючи з 1992 р. кафедрою здійснювалась підготовка висококваліфікованих фахівців, що підтверджується значною кількістю випускників – успішних маркетологів та науковців.

У 2021 р. було підготовлено та успішно пройдено акредитаційну експертизу та отримано Сертифікат про акредитацію ОПП № 1836, виданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, термін дії: до 01.07.2026 р. У січні 2025 р. оновлено склад робочої групи у зв'язку з кадровими змінами.

Перегляд ОПП відбувається щороку з урахуванням запитів роботодавців, академічних установ, випускників, на основі аналізу галузевих тенденцій, стану та потреб ринку праці, європейських програм та очікувань здобувачів, що відображено в рецензіях роботодавців, стейкхолдерів, результатах анкетувань та громадського обговорення (представлено на сайті 6/34 кафедри <https://marketing.kpi.ua/>).

У версії ОПП 2025 р. також враховано «Положення про освітні програми КПІ ім. Ігоря Сікорського» (НОН/232/25 від 24.03.2025 р.), Наказ КПІ ім. Ігоря Сікорського «Про планування та організацію освітнього процесу 2025/2026 н.р.» (НОН/362/25 від 25.04.2025 р.), а також положення нормативної та рекомендаційної документації, наведені у розділі «Враховано».

ОПП порівняно із попередньою версією, введеною в дію від 10.06.2024 року (Наказ НОД/434/24) включає в себе нижчеподані зміни:

1. Внесені зміни до шифру та назви галузі знань, спеціальності для приведення їх у відповідність з Постановою КМУ від 30.08.2024 №1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» та Наказом МОНУ від 19.11.2024 №1625 «Про особливості запровадження змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затверджених постановою КМУ від 30.08.2024 №1021»;
2. Скореговано предметну область і основний фокус програми, зокрема, уточнено цілі навчання, розширено теоретичний зміст та перелік ключових слів відповідно до семантичного наповнення ОПП (за рекомендаціями академічної спільноти, робочої групи розробників ОПП);
3. Уточнено особливості ОПП розкриваючи її привабливість для вступників з урахуванням унікальності та відмінностей від інших освітніх програм з акцентом на B2B-ринки, цифрову трансформацію та аналітико-інноваційну діяльність, а також формуванням навичок кількісного вимірювання ефективності маркетингу, поєднанням фундаментальної підготовки з інтенсивною практичною складовою (курсowymi роботами, маркетингово-аналітичною та переддипломною практиками, фаховим тренінгом), впровадженням сертифікатних програм, що сприяють розвитку soft i hard skills. Доповнено розділ придатності випускників до працевлаштування переліком професій згідно Професійного стандарту <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-z-metodiv-rozsirennia-rinku-zbutu-marketolog> (за рекомендаціями роботодавців, академічної спільноти, робочої групи розробників ОПП);
4. Введено ОК «Теоретична підготовка базової загальної середньої освіти / Цивільний захист, оборона та патріотичне виховання» та внесені загальну компетентність (ЗК 16) та програмний результат навчання (ПРН 19); замінено ОК «Практичний курс іноземної мови. Частина 1» - 3 кредити 1, 2 семестри, «Практичний курс іноземної мови. Частина 2» - 3 кредити 3, 4 семестри та ОК «Іноземна мова професійного спрямування» - 3 кредити 5, 6 семестри, ОК «Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 2» - 3 кредити 7, 8 семестри на ОК «Англійська мова» - 5 кредитів 1, 2 семестри та «Англійська мова професійного спрямування» - 5 кредитів 3, 4 семестри відповідно (Наказ КПІ ім. Ігоря Сікорського НОН/362/25 від 25.04.2025 р.);
5. Замінено ОК «Засади усного професійного мовлення (риторика)» на ОК «Українська мова за професійним спрямуванням», що надасть можливість удосконалити навички письмової та усної професійної комунікації державною мовою (за рекомендаціями робочої групи 7/34 розробників ОПП) відповідно до Довідника загальноуніверситетських навчальних дисциплін для розробників освітніх програм ухваленого Методичною Радою КПІ ім. Ігоря Сікорського, протокол № 6 від 10.04.2025 р.);
6. Скореговані назви ОК «Математика для економістів: Вища математика 1» - 5 кредитів та ОК «Математика для економістів: Вища математика 2» - 5 кредитів на ОК «Вища математика в управлінні бізнесом» - 7 кредитів в 1 семестрі, а також ОК «Теорія ймовірності і математична статистика» на ОК «Стохастичні основи аналізу даних», що підкреслюють міждисциплінарність вивчення ОК під час застосовування математичних методів та стохастичних моделей для аналізу даних і бізнес-процесів, обґрунтування маркетингових рішень, оцінювання впливу факторів на поведінку споживачів та ефективного управління маркетинговими кампаніями в умовах невизначеності. Внесені спеціальна (фахова) компетентність (ФК 15) та програмний результат навчання (ПРН 20) (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП);
7. Перенесено: ОК «Правознавство» з 5 семестру в 1 семестр, що дасть можливість здобувачам на початку навчання опанувати навички юридичної грамотності, правової культури та орієнтації в юридичному середовищі, в якому функціонує бізнес; ОК «Філософія» з 4 семестру на 5 семестр, а також ОК «Технологічні засади маркетингової діяльності» з 2 семестру, 3 кредити у 7 семестр з скорегованою назвою «Маркетинг промислових технологій» та збільшенням кредитів до 5, що сприятиме усвідомлюванню соціальних і етичних наслідків професійної діяльності; ОК «Маркетингова політика просування» з 7 семестру в 5 семестр; ОК

«Міжнародний маркетинг» з 8 семестру в 7 семестр, що відповідає логіко-структурному упорядкуванню вивчення інструментів маркетингу (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП та НПП кафедри);

8. Вилучено ОК «Основи програмування» - 3 кредити та включено в 2 семестр ОК «Інформаційні технології» - 4 кредити, що дасть можливість ознайомити здобувачів із базовими принципами та практиками використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у професійній діяльності, а також сформувати навички ефективної цифрової роботи в умовах інформаційного суспільства. А також вилучено ОК «Вступ в маркетинг» та введено ОК «Самоорганізація та професійний розвиток», що дасть можливість сформувати у студентів здатність до ефективного управління власним часом, ресурсами та кар'єрним розвитком для досягнення особистих і професійних цілей (за рекомендаціями роботодавців, НПП кафедри, робочої групи розробників ОПП);

9. Замінені: ОК «Інфраструктура товарного ринку» на ОК «Галузеві ринки»; ОК «Поведінка споживачів» у 4 семестрі на ОК «Поведінка споживачів і бізнес-клієнтів» в 2 семестрі, - що характеризує особливості ОПП та дасть можливість сформувати у здобувачів цілісне уявлення про особливості функціонування різних секторів економіки та розуміння психологічних, соціальних, економічних і культурних чинників, які впливають на вибір, мотивацію та дію споживачів як на B2C так і B2B ринках; ОК «Маркетингова політика розподілу» (5 семестр, 5 кредитів) на ОК «Логістика та управління ланцюгами постачання» (6 семестр, 5 кредитів). Внесені спеціальна (фахова) компетентність (ФК 16) та програмний результат навчання (ПРН 21) (за рекомендаціями роботодавців, академічної спільноти, робочої групи розробників ОПП);

10. Змінено у 2 семестрі ОК «Маркетинг в інформаційному суспільстві» на ОК «Фаховий тренінг «Бізнес в інформаційному середовищі» та введено у 6 семестрі ОК «Маркетинговоаналітична практика» (3 кредити) для посилення практичної складової ОПП та формування у здобувачів професійних навичок (за рекомендаціями роботодавців; протоколи НМКУ);

11. Упорядковано ОК «Маркетинг: Теоретичні основи маркетингу» (2 семестр, 5 кредитів) та ОК «Маркетинг: Фундаментальний маркетинг» (3 семестр, 5 кредитів) на ОК «Маркетинг» 3 семестр - 5 кредитів, що поєднує вивчення і теоретичних і фундаментальних засад в маркетингу і дасть можливість в подальшому розширювати ОК, які розкриють особливості ОПП. Відповідно ОК «Маркетинг: Фундаментальний маркетинг. Курсова робота» змінено на ОК «Маркетинг. Курсова робота» (за рекомендаціями здобувачів, роботодавців; протоколи НМКУ);

12. Скореговані назви: ОК «Статистика» (4 семестр, 5 кредитів, цикл загальної підготовки) на ОК «Бізнес-статистика» (3 семестр, 5 кредитів, цикл професійної підготовки); ОК «Програмне забезпечення для аналізу даних в маркетингу» (4 семестр, 4 кредити) на ОК «Програмне забезпечення в маркетингу» (3 семестр, 4 кредити); ОК «Бізнес-прогнозування» (5 семестр, 4 кредити) на ОК «Прогнозна аналітика та аналіз даних» (6 семестр, 5 кредитів); ОК «Маркетингове ціноутворення» (6 семестр, 5 кредитів) на ОК «Маркетингова цінова політика» (4 семестр, 5 кредитів); ОК «Бізнес-планування» (7 семестр, 3 кредити, цикл загальної підготовки) на ОК «Бізнес планування маркетингових проектів» (7 семестр, 5 кредитів, цикл професійної підготовки). Збільшено ОК «Промисловий маркетинг» з 5 кредитів до 6 кредитів. Введені зміни за змістом освітніх компонент підкреслюють особливості ОПП, відповідають логіко-структурній схемі вивчення елементів маркетингу та розширюють можливості охоплення здобувачами більшої кількості фахових компетентностей (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП та НПП кафедри; протоколи НМКУ);

13. Введено ОК «Брендинг» (4 семестр, 4 кредити) для формування знань емоційних та ціннісних зв'язків між брендом і споживачем; ОК «Маркетингові ризики» (4 семестр, 5 кредитів) для вміння запобігати та мінімізувати ризики та приймати управлінські рішення в умовах невизначеності; ОК «Електронна комерція та омніканальний маркетинг» (7 семестр, 4 кредити), що дасть можливість здобувачам отримати знання з організації продажів товарів і послуг через цифрові канали та створення єдиного клієнтського досвіду (за рекомендаціями

здобувачів, роботодавців; протоколи НМКУ);

14. Вилучені: ОК «Статистичне забезпечення маркетингових досліджень» (7 семестр, 3 кредити); ОК «Інформаційний інструментарій в маркетинговій аналітиці в умовах невизначеності» (3, 4 семестри, 8 кредитів). Перенесено ОК «Сайти та веб-дизайн в маркетингу» (3 кредити, 2 семестр, цикл загальної підготовки) у вибіркові компоненти. Введені зміни було здійснено з метою збільшення кредитів освітніх компонент професійної підготовки, зменшення кількості освітніх компонент для упередження перенавантаження здобувачів під час навчання та посилення змістовного наповнення навчального процесу (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП та НПП кафедри; протокол НМКУ);

15. 8 семестр упорядковано виключно з ОК вибіркового циклу, що дає можливість не перевантажувати та поглиблювати (розширювати) специфічні знання здобувачів перед написанням дипломної роботи (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП та НПП кафедри; протокол НМКУ);

16. Введено ФК 17 та ПРН 22, що підкреслює унікальність ОПП в частині формування фахових компетентностей щодо здатності розробляти та реалізовувати комплексні маркетингові рішення з урахуванням специфіки промислових ринків, поведінкових характеристик споживачів і бізнес-клієнтів, особливостей брендингу інноваційно-технологічних товарів і інтеграції логістичних процесів з отриманням відповідних професійних результатів навчання (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП; протокол НМКУ);

17. Скореговано структурно-логічну схему ОПП, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми відповідно до внесених змін (за рекомендаціями робочої групи розробників ОПП; протокол НМКУ).

The educational and professional program “Industrial Marketing” of the first (bachelor's) level of higher education (hereinafter referred to as EPP) has a significant historical background, starting in 1992. The department has been training highly qualified specialists, as evidenced by a significant number of graduates who have become successful marketers and scientists.

In 2021, an accreditation review was prepared and successfully passed, and an EPP Accreditation Certificate No. 1836 was obtained, issued by the National Agency for Higher Education Quality Assurance, valid until July 1, 2026. In January 2025, the composition of the working group was updated due to personnel changes.

The OP is reviewed annually, taking into account the requests of employers, academic institutions, and graduates, based on an analysis of industry trends, the state and needs of the labor market, European programs, and the expectations of applicants, as reflected in reviews by employers, stakeholders, survey results, and public discussion (presented on the website of the department <https://marketing.kpi.ua/>).

The 2025 version of the OPP also takes into account the “Regulations on Educational Programs of Igor Sikorsky KPI” (NON/232/25 dated 03/24/2025), Order of Igor Sikorsky KPI “On the planning and organization of the educational process for the 2025/2026 academic year” (NON/362/25 dated 25.04.2025), as well as the provisions of regulatory and advisory documentation listed in the “Taken into account” section.

Compared to the previous version, which came into effect on June 10, 2024 (Order NOD/434/24), the OPS includes the following changes:

1. Changes have been made to the code and name of the field of knowledge and specialty to bring them into line with Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1021 of August 30, 2024, “On Amendments to the List of Fields of Knowledge and Specialties for Which Higher and Pre-Higher Education is Provided” and Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 1625 of November 19, 2024, “On the specifics of introducing changes to the list of fields of knowledge and specialties for which higher and pre-higher education is provided, approved by Resolution of the

Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1021 of August 30, 2024.”

2. The subject area and main focus of the program have been adjusted, in particular, the learning objectives have been clarified, the theoretical content and list of keywords have been expanded in accordance with the semantic content of the OLP (based on the recommendations of the academic community and the OLP development working group);

3. The features of the educational program have been clarified, revealing its appeal to applicants, taking into account its uniqueness and differences from other educational programs, with an emphasis on B2B markets, digital transformation, and analytical and innovative activities, as well as the formation of skills in quantitative measurement of marketing effectiveness, combining fundamental training with an intensive practical component (coursework, marketing and analytical and pre-diploma internships, professional training), and the introduction of certificate programs that promote the development of soft and hard skills. The section on the employability of graduates has been supplemented with a list of professions in accordance with the Professional Standard <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-z-metodiv-rozsirennia-rinku-zbutu-marketolog> (based on the recommendations of employers, the academic community, and the working group of OPS developers).

4. The OK “Theoretical training in basic military training / Civil defense, defense, and patriotic education” has been introduced, and general competence (GC 16) and program learning outcomes (PLO 19) have been added; the OK “Practical foreign language course. Part 1” - 3 credits, 1st and 2nd semesters, “Practical foreign language course. Part 2” - 3 credits, 3rd and 4th semesters, and OK “Foreign languages for professional purposes” - 3 credits, 5th and 6th semesters, OK “Practical foreign language course for professional purposes. Part 2” - 3 credits, 7th and 8th semesters, OK “English Language” - 5 credits, 1st and 2nd semesters, and “English Language for Professional Purposes” - 5 credits, 3rd and 4 semesters, respectively (Order of Igor Sikorsky KPI NON/362/25 dated 25.04.2025);

5. The course “Fundamentals of Oral Professional Speech (Rhetoric)” has been replaced by the course “Ukrainian Language for Professional Purposes,” which will provide an opportunity to improve written and oral professional communication skills in the state language (as recommended by working group 7/34 of the OPP developers) in accordance with the Reference Book of University-wide Academic Disciplines for Educational Program Developers approved by the Methodological Council of Igor Sikorsky KPI, protocol No. 6 of 10.04.2025);

6. Corrected names of OK “Mathematics for Economists: Higher Mathematics 1” - 5 credits and OK “Mathematics for Economists: Higher Mathematics 2” - 5 credits to the OK “Higher Mathematics in Business Management” - 7 credits in the 1st semester, as well as the OK “Probability Theory and Mathematical Statistics” to the OK “Stochastic Foundations of Data Analysis,” emphasizing the interdisciplinary nature of the study of OK when applying mathematical methods and stochastic models for data and business process analysis, justification of marketing decisions, assessment of the impact of factors on consumer behavior, and effective management of marketing campaigns in conditions of uncertainty. Special (professional) competence (FK 15) and program learning outcomes (PRN 20) have been added (as recommended by the working group of OLP developers).

7. Transferred: OK “Jurisprudence” from the 5th semester to the 1st semester, which will enable applicants to master legal literacy, legal culture, and orientation in the legal environment in which business operates at the beginning of their studies; OK “Philosophy” from the 4th semester to the 5th semester, as well as OK “Technological Foundations of Marketing Activities” from the 2nd semester, 3 credits in the 7th semester with the adjusted title “Marketing of Industrial Technologies” and an increase in credits to 5, which will contribute to the awareness of the social and ethical consequences of professional activity; OK “Marketing Promotion Policy” from the 7th semester to the 5th semester; OK “International Marketing” from the 8th semester to the 7th semester, which corresponds to the logical and structural arrangement of the study of marketing tools (as recommended by the working group of developers of the OOP and NPP of the department);

8. Removed OK “Fundamentals of Programming” - 3 credits and included in the 2nd semester OK

"Information Technologies" - 4 credits, which will enable applicants to familiarize themselves with the basic principles and practices of using modern information and communication technologies in professional activities, as well as to develop skills for effective digital work in the information society. Also, the course "Introduction to Marketing" has been removed and the course "Self-Organization and Professional Development" has been introduced, which will enable students to develop the ability to effectively manage their time, resources, and career development to achieve personal and professional goals (as recommended by employers, the department's academic staff, and the working group of OPS developers).

9. Replaced: OK "Commodity Market Infrastructure" with OK "Industry Markets"; OK "Consumer Behavior" in the 4th semester with OK "Consumer and Business Customer Behavior" in the 2nd semester, which characterizes the specificity of the educational program and will enable students to form a comprehensive understanding of the functioning of various sectors of the economy and an understanding of the psychological, social, economic, and cultural factors that influence the choices, motivations, and actions of consumers in both B2C and B2B markets; OK "Marketing Distribution Policy" (5th semester, 5 credits) to OK "Logistics and Supply Chain Management" (6th semester, 5 credits). Special (professional) competence (FC 16) and program learning outcome (PLO 21) have been added (based on recommendations from employers, the academic community, and the working group of OLP developers).

10. Changed in the 2nd semester from "Marketing in the Information Society" to "Professional Training: Business in the Information Environment" and introduced in the 6th semester "Marketing and Analytical Practice" (3 credits) to strengthen the practical component of the educational program and develop professional skills in applicants (based on employer recommendations; NMKU protocols).

11. The course "Marketing: Theoretical Foundations of Marketing" (2nd semester, 5 credits) and the course "Marketing: Fundamental Marketing" (3rd semester, 5 credits) into the course "Marketing" 3rd semester - 5 credits, which combines the study of theoretical and fundamental principles in marketing and will make it possible to further expand the courses that reveal the peculiarities of the educational program. Accordingly, the OK "Marketing: Fundamental Marketing. Coursework" has been changed to OK "Marketing. Coursework" (based on the recommendations of applicants, employers, and NMKU protocols).

12. Corrected names: OK "Statistics" (4th semester, 5 credits, general training cycle) to OK "Business Statistics" (3rd semester, 5 credits, professional training cycle); OK "Software for Data Analysis in Marketing" (4th semester, 4 credits) to OK "Software in Marketing" (3rd semester, 4 credits); OK "Business Forecasting" (5th semester, 4 credits) to OK "Predictive Analytics and Data Analysis" (6th semester, 5 credits); OK "Marketing Pricing" (6th semester, 5 credits) to OK "Marketing Pricing Policy" (4th semester, 5 credits); OK "Business Planning" (7th semester, 3 credits, general training cycle) to OK "Business Planning of Marketing Projects" (7th semester, 5 credits, professional training cycle). OK "Industrial Marketing" has been increased from 5 credits to 6 credits. The changes introduced in the content of the educational components emphasize the specificity of the OPS, correspond to the logical and structural scheme of studying marketing elements, and expand the opportunities for applicants to acquire a greater number of professional competencies (according to the recommendations of the working group of OPS developers and the department's NPP; NMKU protocols).

13. The following courses have been introduced: "Branding" (4th semester, 4 credits) to develop knowledge of emotional and value-based connections between a brand and a consumer; "Marketing Risks" (4th semester, 5 credits) to develop the ability to prevent and minimize risks and make management decisions in conditions of uncertainty; The course "E-commerce and Omnichannel Marketing" (7th semester, 4 credits) has been introduced to enable students to gain knowledge about organizing the sale of goods and services through digital channels and creating a unified customer experience (based on the recommendations of students, employers, and NMKU protocols).

14. Removed: OK "Statistical Support for Marketing Research" (7th semester, 3 credits); OK "Information Tools in Marketing Analytics in Conditions of Uncertainty" (3rd and 4th semesters, 8 credits). The course "Websites and Web Design in Marketing" (3 credits, 2nd semester, general

training cycle) has been moved to elective components. The changes were made to increase the credits for educational components of professional training, reduce the number of educational components to prevent overload of students during training, and enhance the content of the educational process (as recommended by the working group of developers of the OPS and NPP of the department; protocol of the NMKU). 15. The 8th semester consists exclusively of elective courses, which makes it possible not to overload and deepen (expand) the specific knowledge of applicants before writing their thesis (according to the recommendations of the working group of developers of the OPS and NPP of the department; protocol of the NMKU);

16. FC 17 and PRN 22 have been introduced, which emphasizes the uniqueness of the OPS in terms of forming professional competencies in the ability to develop and implement comprehensive marketing solutions, taking into account the specifics of industrial markets, behavioral characteristics of consumers and business clients, the specifics of branding innovative and technological goods, and the integration of logistics processes with the achievement of relevant professional learning outcomes (based on the recommendations of the working group of OPS developers; NMKU protocol);

17. The structural and logical framework of the OER, the matrix of correspondence between program competencies and components of the educational program, and the matrix of ensuring program learning outcomes by the relevant components of the educational program have been adjusted in accordance with the changes made (as recommended by the OER development working group; NMKU protocol).

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / EDUCATIONAL PROGRAMME PROFILE

1 - Загальна інформація / General information		
Повна назва закладу вищої освіти та навчального підрозділу / Full name of higher education institution and faculty / educational and scientific institute	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Факультет менеджменту та маркетингу	National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Faculty of Management and Marketing
Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації / Higher education degree and education qualification title	Ступінь бакалавра бакалавр маркетингу	Bachelor Degree Bachelor of Marketing
Професійна кваліфікація (за наявності) / Professional qualification	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), 2419.2	Marketing Specialist in Market Expansion Strategies, 2419.2
Офіційна назва освітньої програми / Educational programme official title	Промисловий маркетинг	Industrial Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми / Diploma type and educational programme volume	Диплом бакалавра, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців	Bachelor diploma, 240 credits ECTS, training period 3 years 10 months
Інформація про акредитацію / Accreditation information of the educational programme	Акредитовано НАЗЯВО, сертифікат дійсний до 2026-07-01	Accredited by NAQA, certificate No valid to 2026-07-01
Цикл, рівень вищої освіти / Education cycle, level of higher education	НРК України – 6 рівень QF-EHEA – перший цикл EQF-LLL – 6 рівень	NQF of Ukraine - 6 level QF-EHEA - 1 cycle EQF-LLL - 6 level
Передумови / Prerequisites	Наявність повної загальної середньої освіти	Complete general secondary education
Форми здобуття освіти / Forms of Education	Очна (денна); Дистанційна; Заочна;	Full-time; Distance; Part-time;
Мова(и) викладання / Language(s) of instruction	Українська	Ukrainian
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми / URL of the educational programme	https://osvita.kpi.ua/D5_OPPB_PM	
2 - Мета освітньої програми / Educational programme purpose		
Підготовка висококваліфікованих, соціально-відповідальних фахівців, які мають активну громадську позицію, здатних застосовувати сучасні методи, технології та інструменти маркетингової діяльності на B2B-ринку для вирішення складних завдань відповідно до запитів ринку праці, сприяючи сталому розвитку суспільства, високотехнологічній трансформації та відновленню України.		Training of highly qualified, socially responsible professionals with an active social position, capable of applying modern methods, technologies and tools of marketing activities in the B2B market to solve complex problems in accordance with the needs of the labour market, contributing to the sustainable development of society, high-tech transformation and recovery of Ukraine.

3 - Характеристика освітньої програми / Educational programme characteristics	
Предметна область / Subject area	
Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які усвідомлюють суспільні цінності, володіють сучасним економічним мисленням і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, вміють вирішувати комплексні завдання та застосовувати сучасний маркетинговий інструментарій на різних типах ринків. Теоретичний зміст предметної області: • 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; • прикладні аспекти бізнес-аналітики, інструменти цифрового маркетингу та сучасне програмне забезпечення, що використовуються у маркетинговій діяльності на різних типах ринків. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень на різних типах ринків.	The object of study: marketing activity as a form of interaction between market participants to meet their economic and social interests. Learning objectives: to prepare bachelors of marketing who are aware of social values, have modern economic thinking and the relevant competencies necessary for effective marketing activities, are able to solve complex problems and apply modern marketing tools in various types of markets. Theoretical content of the subject area: • the essence of marketing as a modern concept of business management; • conceptual and categorical apparatus, principles, functions, marketing concepts and their historical background; • specifics of market participants in various fields and in different types of markets; • content of marketing activities, development of marketing strategies and formation of management decisions in the field of marketing; • applied aspects of business analytics, digital marketing tools and modern software used in marketing activities in various types of markets. Methods, techniques and technologies: general scientific and special methods, professional techniques and technologies necessary to ensure effective marketing activities. Tools and equipment: modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions in various types of markets.
Орієнтація освітньої програми / Scope	
Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію, яка базується на загальних теоретичних положеннях та розвитку практичних навичок, і відповідає професійним вимогам ринку праці у сфері сучасного маркетингу.	The educational and professional program has an applied orientation, based on general theoretical provisions and the development of practical skills, and meets the professional requirements of the labor market in the field of modern marketing.
Основний фокус освітньої програми / Main focus	
Спеціальна освіта в галузі D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг, спрямована на підготовку фахівців для B2B-ринку. Ключові слова: ринок, поведінка споживача, маркетинг, аналітика, промисловий маркетинг, промислові технології, цифровий маркетинг.	Specialized education in the field of D Business, Administration and Law, specialty D5 Marketing, aimed at training specialists for the B2B market. Keywords: market, consumer behavior, marketing, analytics, industrial marketer, industrial technology, digital marketing.
Особливості освітньої програми / Features	

Комплексне надання сучасних знань, практичних навичок, необхідних для формування системи загальних і спеціальних компетентностей у сфері маркетингу з фокусом на B2B-ринок, цифрову трансформацію та аналітико-інноваційну діяльність, що забезпечують реалізацію програмних результатів навчання у динамічному і технологічно насиченому бізнес-середовищі.

Унікальність програми обумовлена:

- пріоритетною орієнтацією на підготовку фахівців з промислового маркетингу, здатних забезпечувати ефективну діяльність на B2B-ринку;
- інтеграцією знань, що в сукупності дозволяє формувати комплексне бачення сучасних маркетингових процесів;
- формуванням навичок кількісного вимірювання ефективності маркетингу шляхом опанування маркетингових метрик - компонента, що вирізняється серед українських освітніх програм;
- поєднанням фундаментальної підготовки з інтенсивною практичною складовою (курсними роботами, маркетингово-аналітичною та переддипломною практиками, фаховим тренінгом), що сприяють розвитку навичок прикладного аналізу, стратегічного мислення та адаптації до умов реального бізнесу;
- впровадженням сертифікатних програм, що сприяють розвитку soft і hard skills;
- тісною співпрацею з бізнесом, через партнерські угоди, що дозволяють виконувати прикладні завдання та набувати досвіду практичної реалізації маркетингових рішень.

Програма передбачає можливості короткострокових академічних обмінів за програмами кредитної мобільності.

Comprehensive provision of up-to-date knowledge and practical skills necessary for the formation of a system of general and special competencies in marketing with a focus on the B2B market, digital transformation and analytical and innovative activities that ensure the implementation of program learning outcomes in a dynamic and technologically rich business environment.

The uniqueness of the program is due to:

- priority focus on training industrial marketing specialists capable of ensuring effective operations in the B2B market;
- integration of knowledge, which together allows for a comprehensive vision of modern marketing processes;
- development of skills in quantitative measurement of marketing effectiveness through mastering marketing metrics, a component that stands out among Ukrainian educational programs;
- combination of fundamental training with an intensive practical component (coursework, marketing and analytical and pre-graduation practices, professional training) that promote the development of applied analysis skills, strategic thinking and adaptation to real business conditions;
- implementation of certificate programs that promote the development of soft and hard skills;
- close cooperation with business through partnership agreements that allow for the performance of applied tasks and experience in the practical implementation of marketing solutions.

The program provides opportunities for short-term academic exchanges under credit mobility programs.

4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання / Eligibility of graduates for employment and further study

Придатність до працевлаштування / Eligibility for employment

Згідно з Державним класифікатором професій ДК 003:2010: 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог): Згідно Професійного стандарту (реєстр у професійних стандартах Національного Агентства Кваліфікацій України від 21.01.2025 р.): 1. Назви типових посад (за потреби). Маркетолог; фахівець з маркетингу; фахівець з методів розширення ринків збуту. Помічник маркетолога, асистент маркетолога. SMM-маркетолог, SMM-менеджер, контент-маркетолог, контент-менеджер, контент мейкер. Таргетолог. Бренд-маркетолог, бренд-менеджер. Трейд-маркетолог, фахівець з торгового маркетингу. Цифровий маркетолог; диджитал-маркетолог; Digital-маркетолог; інтернет-маркетолог; фахівець з цифрового маркетингу. 2. Професійна (професійні) кваліфікація (кваліфікації), її (їх) рівень згідно з Національною рамкою кваліфікацій. Маркетолог; Бренд-маркетолог; Трейд-маркетолог; Цифровий маркетолог.	According to the State Classification of Professions DK 003:2010: 2419.2 Marketing Consultant 2419.2 Specialist-analyst in commodity market research 2419.2 Advertiser 2419.2 Specialist in methods of expanding the sales market (marketer): According to the Professional Standard (register in the professional standards of the National Qualifications Agency of Ukraine dated 21.01.2025): 1. Titles of typical positions (if necessary). Marketer; marketing specialist; specialist in methods of expanding sales markets. Marketing assistant, marketing assistant. SMM marketer, SMM manager, content marketer, content manager, content maker. Targetologist. Brand marketer, brand manager. Trade marketer, trade marketing specialist. Digital marketer; digital marketer; Digital marketer; Internet marketer; digital marketing specialist. 2. Professional qualification(s), its (their) level according to the National Qualifications Framework. Marketer; Brand marketer; Trade marketer; Digital marketer.
---	--

Подальше навчання / Further study

Можливість навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.	Opportunity to study at the second (master's) level of higher education. Acquisition of additional qualifications in the system of postgraduate education.
--	--

5 - Викладання та оцінювання / Teaching and assessment**Викладання та навчання/Teaching and studying**

Форми навчання: очне, заочне, дистанційне.
 Методи навчання: проведення лекцій, практичних занять із використанням сучасних інформаційно-аналітичних систем, залучення практиків, виконання модульних контрольних робіт, проходження маркетингово-аналітичної та переддипломної практик, індивідуальна дослідно-аналітична діяльність здобувачів щодо підготовки розрахункових, курсових робіт, презентацій, рефератів, дипломної роботи.
 Технології навчання: проблемно-орієнтоване, практичне, тренінговий підхід, самостійне навчання.
 Викладання та навчання за програмою ґрунтується на застосуванні компетентнісного методологічного підходу та дотриманні принципів студентоцентрованого навчання.
 У випадках оголошення карантину, форс-мажорних обставин тощо, викладання та навчання може відбуватися у дистанційному режимі.

Forms of study: full-time, part-time, distance learning.
 Teaching methods: lectures, practical classes using modern information and analytical systems, involvement of practitioners, completion of modular tests, marketing and analytical and pre-diploma internships, individual research and analytical activities of students in preparation of calculations, coursework, presentations, abstracts, and diploma theses.
 Teaching technologies: problem-oriented, practical, training approach, independent learning.
 Teaching and learning under the programme is based on the application of a competency-based methodological approach and adherence to the principles of student-centred learning.
 In cases of quarantine, force majeure, etc., teaching and learning may take place remotely.

Оцінювання / Assessment

Оцінювання результатів навчання здобувачів, визначених у їх індивідуальних навчальних планах, проводиться на основі рейтингової системи, в основу якої з певного освітнього компонента покладено контроль за визначеними критеріями і накопичення рейтингових балів. Рейтингова система оцінювання освітніх компонент доводиться до відома здобувачів на першому занятті та не змінюється впродовж семестру.

The assessment of students' learning outcomes, as defined in their individual curricula, is based on a rating system, which is based on the control of certain criteria and the accumulation of rating points for a particular educational component. The rating system for evaluating educational components is communicated to students at the first lesson and does not change during the semester.

6 - Програмні компетентності / Programme competencies		
Інтегральна компетентність / Integral competence		
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.		The ability to solve complex specialized tasks and practical problems in the field of marketing activities or in the learning process, which involves the application of relevant theories and methods and is characterized by complexity and uncertainty of conditions.
Загальні компетентності (ЗК) / General competencies		
ЗК 01	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.	Ability to exercise one's rights and responsibilities as a member of society, to understand the values of civil (free democratic) society and the need for its sustainable development, the rule of law, human and civil rights and freedoms in Ukraine.
ЗК 02	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.	Ability to preserve and increase moral, cultural, scientific values and achievements of society based on an understanding of the history and patterns of development of the subject area, its place in the general system of knowledge about nature and society and in the development of society, technology and technology, to use various types and forms of physical activity for active recreation and healthy lifestyle.
ЗК 03	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	Ability to think abstractly, analyse and synthesise.
ЗК 04	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	Ability to learn and master modern knowledge.
ЗК 05	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	Determination and perseverance in relation to tasks and responsibilities.
ЗК 06	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	Knowledge and understanding of the subject area and understanding of professional activities.
ЗК 07	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	Ability to apply knowledge in practical situations.
ЗК 08	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	Ability to conduct research at the appropriate level.
ЗК 09	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій	Skills in the use of information and communication technologies
ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.	Ability to communicate in a foreign language.
ЗК 11	Здатність працювати в команді.	Ability to work in a team.
ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	Ability to communicate with representatives of other professional groups of different levels (with experts from other fields of knowledge/ types of economic activity).
ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.	Ability to work in an international context.
ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	Ability to act in a socially responsible and conscious manner.

ЗК 15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.	Ability to make decisions and act in accordance with the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of dishonesty.
ЗК 16	Здатність до виконання свого конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, національно-патріотичної налаштованості, відданості українському народові.	Ability to fulfil their constitutional duty to defend the Motherland, national and patriotic commitment, loyalty to the Ukrainian people.
Фахові компетентності (ФК) / Professional competencies		
ФК 01	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	Ability to logically and consistently reproduce the acquired knowledge of the subject area of marketing.
ФК 02	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	Ability to critically analyse and summarise the provisions of the subject area of modern marketing.
ФК 03	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	Ability to use the theoretical provisions of marketing to interpret and predict phenomena and processes in the marketing environment.
ФК 04	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	Ability to carry out marketing activities based on an understanding of the essence and content of marketing theory and the functional relationships between its components.
ФК 05	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	Ability to correctly apply marketing methods, techniques and tools.
ФК 06	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	Ability to conduct market research in various areas of marketing activities.
ФК 07	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	Ability to determine the impact of functional areas of marketing on the results of economic activity of market participants.
ФК 08	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	Ability to develop marketing support for business development in conditions of uncertainty.
ФК 09	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	Ability to use marketing tools in innovation activities.
ФК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	Ability to use marketing information systems in making marketing decisions and develop recommendations for improving their effectiveness.
ФК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	Ability to analyse the behaviour of market actors and determine the peculiarities of market functioning.
ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	Ability to justify, present and implement the results of research in the field of marketing.
ФК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.	Ability to plan and implement effective marketing activities of a market entity in a cross-functional context.
ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	Ability to propose improvements to marketing functions.

ФК 15	Здатність застосовувати математичні методи та стохастичні моделі для аналізу даних і бізнес-процесів, обґрунтування маркетингових рішень, оцінку впливу факторів на поведінку споживачів та ефективного управління маркетинговими кампаніями в умовах невизначеності.	Ability to apply mathematical methods and stochastic models to analyse data and business processes, justify marketing decisions, assess the impact of factors on consumer behaviour and effectively manage marketing campaigns under conditions of uncertainty.
ФК 16	Здатність проводити комплексний аналіз економічного середовища діяльності підприємства на мікро- та макрорівнях і досліджувати структурні особливості галузевих ринків, приймати управлінські рішення в умовах конкурентного середовища та ефективно управляти маркетинговими процесами в відповідних секторах.	Ability to conduct a comprehensive analysis of the economic environment of the enterprise at the micro and macro levels and to study the structural features of industry markets, make management decisions in a competitive environment and effectively manage marketing processes in the relevant sectors.
ФК 17	Здатність розробляти та реалізовувати комплексні маркетингові рішення з урахуванням специфіки промислових ринків, поведінкових характеристик споживачів і бізнес-клієнтів, особливостей брендингу інноваційно-технологічних товарів і інтеграції логістичних процесів.	Ability to develop and implement complex marketing solutions, taking into account the specifics of industrial markets, behavioural characteristics of consumers and business clients, peculiarities of branding innovative and technological goods and integration of logistics processes.

7 - Програмні результати навчання (ПРН) / Programme learning outcomes		
ПРН 01	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	Demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities.
ПРН 02	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	Analyse and forecast market phenomena and processes based on the application of fundamental principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities.
ПРН 03	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	Apply the acquired theoretical knowledge to solve practical problems in the field of marketing.
ПРН 04	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	Collect and analyse the necessary information, calculate economic and marketing indicators, and justify management decisions based on the use of the necessary analytical and methodological tools.
ПРН 05	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	Identify and analyse the key characteristics of marketing systems at different levels, as well as the behaviour of their actors.
ПРН 06	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	Identify functional areas of marketing activities of a market entity and their interrelationships in the management system, calculate the relevant indicators that characterise the effectiveness of such activities.
ПРН 07	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	To use digital information and communication technologies, as well as software products necessary for the proper conduct of marketing activities and practical application of marketing tools.
ПРН 08	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	Apply innovative approaches to the marketing activities of a market entity, flexibly adapt to changes in the marketing environment.
ПРН 09	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Assess the risks of marketing activities, determine the level of uncertainty in the marketing environment when making management decisions.
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.	Explain information, ideas, problems and alternative options for making managerial decisions to specialists and non-specialists in the field of marketing, representatives of various structural units of a market entity.
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Demonstrate the ability to apply an interdisciplinary approach and perform the marketing functions of a market entity.
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	Demonstrate the skills of independent work, flexible thinking, openness to new knowledge, and being critical and self-critical.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	Be responsible for the results of their activities, demonstrate entrepreneurial and managerial initiative skills.

ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	Perform functional duties in the group, offer sound marketing solutions.
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.	To act in a socially responsible and civic-minded manner based on ethical marketing principles, respect for cultural diversity and civil society values, and respect for individual rights and freedoms.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	To meet the requirements for a modern marketer, to improve the level of personal professional training.
ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	Demonstrate skills in written and oral professional communication in the state and foreign languages, as well as the proper use of professional terminology.
ПРН 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Demonstrate responsibility in relation to moral, cultural, scientific values and achievements of society in professional marketing activities.
ПРН 19	Знати та вміти використовувати основні засоби захисту та оборони держави, співвітчизників, матеріальних цінностей та територіальної цілісності держави, зокрема, у разі військових дій та надзвичайних ситуацій.	Know and be able to use the basic means of protection and defence of the state, compatriots, material assets and territorial integrity of the state, in particular in the event of hostilities and emergencies.
ПРН 20	Застосовувати математичні моделі для обробки аналітичної інформації та ймовірісно-статистичні підходи для прогнозування споживчої поведінки, оцінки ризиків та оптимізації бізнес-процесів.	Apply mathematical models to process analytical information and probabilistic and statistical approaches to predict consumer behaviour, assess risks and optimise business processes.
ПРН 21	Демонструвати вміння оцінювати макро- та мікроекономічні фактори впливу на ринкову кон'юнктуру, формувати моделі позиціонування компанії на різних галузевих ринках, приймати та реалізовувати ефективні маркетингові управлінські рішення.	Demonstrate the ability to evaluate macro- and microeconomic factors influencing market conditions, form models of company positioning in various industry markets, make and implement effective marketing management decisions.
ПРН 22	Використовувати поведінкові моделі покупців і бізнес-клієнтів для формування довгострокових відносин на B2B-ринках, створювати та розвивати бренд промислових компаній, розуміти особливості логістичних процесів і принципів управління ланцюгами постачання, адаптувати інноваційно-технологічні товари до потреб споживачів на цільових ринках.	Use the behavioural models of customers and business clients to form long-term relationships in B2B markets, create and develop the brand of industrial companies, understand the peculiarities of logistics processes and supply chain management principles, adapt innovative technological products to the needs of consumers in target markets.

8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми / Resource provision for programme implementation	
Кадрове забезпечення / Staffing	
Науково-педагогічний персонал, залучений до реалізації освітньої програми відповідає кадровим вимогам забезпечення провадження освітньої діяльності відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.	The academic staff involved in the implementation of the educational programme meets the staffing requirements for the implementation of educational activities in accordance with the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 30.12.2015 No. 1187 in the current version.
Матеріально-технічне забезпечення / Material-technical support	
Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції. Освітня та наукова діяльність з підготовки здобувачів ОП забезпечується матеріально-технічною базою КПІ ім. Ігоря Сікорського, яка відповідає ліцензійним вимогам та вимогам здійснення освітньої діяльності. Університет має розвинуту соціальну інфраструктуру, що включає навчальні корпуси, бібліотеку, центр фізичного виховання та спорту, медичний центр, бази відпочинку, центр культури та мистецтв. Навчальний процес відбувається в навчальних аудиторіях та двох комп'ютерних класах кафедри промислового маркетингу з мультимедійним обладнанням, комп'ютерною технікою (із строком експлуатації не більше восьми років), необхідним програмним забезпеченням та підключенням до внутрішньої мережі і мережі Internet. Освітнє середовище є безпечним для життя і здоров'я здобувачів ОП (наявні укриття, плани евакуації), що забезпечується діяльністю підрозділів університету. Для підтримки психічного здоров'я здобувачів функціонує відділ соціально-психологічної роботи – студентська соціальна служба. Здобувачі забезпечені гуртожитком.	In accordance with the technological requirements for the material and technical support of educational activities of the appropriate level of HE, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 30.12.2015 № 1187 in the current version. Educational and scientific activities for the training of applicants for HE are provided by the material and technical base of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, which meets the licensing requirements and requirements for the implementation of educational activities. The university has a developed social infrastructure, including academic buildings, a library, a centre for physical education and sports, a medical centre, recreation centres, a centre for culture and arts. The educational process takes place in classrooms and two computer labs of the Department of Industrial Marketing with multimedia equipment, computer hardware (with a service life of no more than eight years), the necessary software and connection to the internal network and the Internet. The educational environment is safe for the life and health of the students (there are shelters, evacuation plans), which is ensured by the activities of the university departments. To support the mental health of applicants, there is a department of social and psychological work - a student social service. Students are provided with a dormitory.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення / Information and methodological support of the educational process	

Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції. Загальний бібліотечний фонд книжкових паперових примірників бібліотеки КПІ ім. Ігоря Сікорського, а також електронні ресурси, у тому числі Електронний архів наукових та освітніх матеріалів ELAKPI, передплачені різні бази даних (Scopus, Web of Science, Springer Nature, Business Source Premier (EBSCO Publishing), ScienceDirect), доступ до інших баз (RePEc (Research Papers in Economics), UNdata (Social Science Research Network тощо), програмний продукт перевірки запозичень StrikePlagiarism, безкоштовний вихід в мережу Інтернет. Наукові та навчальні, навчально-методичні матеріали внутрішньої мережі університету «Електронний кампус», Платформа дистанційного навчання «Сікорський». Навчально-методичне забезпечення освітніх компонент включає силабуси, навчальні посібники, навчально-методичні матеріали, конспекти лекцій, дистанційні курси, монографії, наукові публікації. В освітньому процесі використовується аналітична онлайн-система YouControl, програмно-технічні засоби Zoom Education, G Suite for Education, програмні продукти R, SPSS Statistics, Python, пакет програм Microsoft Office. Для організації освітнього процесу використовується автоматизовані системи «МуКПІ», «Електронний Кампус», «Деканат».

In accordance with the technological requirements for educational, methodological and information support of educational activities of the appropriate level of HE, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 30.12.2015 № 1187 in the current version. The general library fund of paper copies of books of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute Library, as well as electronic resources, including the Electronic Archive of Scientific and Educational Materials ELAKPI, subscription to various databases (Scopus, Web of Science, Springer Nature, Business Source Premier (EBSCO Publishing), ScienceDirect), access to other databases (RePEc (Research Papers in Economics), UNdata (Social Science Research Network, etc.), StrikePlagiarism software product, free access to the Internet. Scientific and educational, teaching and methodological materials of the university's internal network 'Electronic Campus', the Distance Learning Platform 'Sikorsky'. The educational and methodological support of the educational components includes syllabuses, textbooks, teaching materials, lecture notes, distance learning courses, monographs, and scientific publications. The educational process uses the analytical online system YouControl, software and hardware tools Zoom Education, G Suite for Education, R, SPSS Statistics, Python, and Microsoft Office software. To organise the educational process, the automated systems MyKPI, Electronic Campus, and Dean's Office are used.

9 - Академічна мобільність / Academic mobility**Національна кредитна мобільність / National credit mobility**

Можливість укладання угод про академічну мобільність згідно чинного законодавства України. Здобувачі вищої освіти можуть скористатися програмами академічного обміну з вітчизняними ЗВО, зокрема відповідно до договорів з Державним університетом «Одеська Політехніка» та Київським національним університетом технологій та дизайну. Передбачається укладання договорів про програми академічного обміну з іншими ЗВО та партнерами.

The possibility of concluding agreements on academic mobility in accordance with the current legislation of Ukraine. Higher education students can take advantage of academic exchange programmes with domestic higher education institutions, in particular, in accordance with agreements with the State University 'Odesa Polytechnic' and the Kyiv National University of Technology and Design. It is planned to conclude agreements on academic exchange programmes with other higher education institutions and partners.

Міжнародна кредитна мобільність / International credit mobility

Здобувачі мають можливість скористатись пропозиціями, що запропоновані відділом академічної мобільності КПІ ім. Ігоря Сікорського: - За програмами Еразмус+ K1 на конкурсних засадах, у межах двосторонніх договорів з університетами-партнерами: - Єнським університетом імені Фрідріха Шиллера (Федеративна Республіка Німеччина); - Гіссенським університетом імені Юстуса Лібіха (Федеративна Республіка Німеччина); - Університетом імені Миколая Коперника м. Торунь (Республіка Польща); - Університетом ім. Арістотеля в Салоніках (Грецька Республіка); - Загребським Університетом (Республіка Хорватія); - Трансільванським університетом Брашова (Румунія); - Університетом Малаги (Королівство Іспанія); - Університетом Гранади (Королівство Іспанія); - Сілезьким університетом технологій (Республіка Польща). - За програмою Польського національного агентства з питань академічного обміну («NAWA») з Гданським політехнічним університетом (Республіка Польща). - За програмою онлайн-мобільності у межах співпраці з Гіссенським університетом імені Юстуса Лібіха (Федеративна Республіка Німеччина) за проектом JLU's Virtual Courses. Здобувачі мають можливість брати участь у міжнародних заходах та освітніх пропозиціях у межах договорів про співпрацю з ЗВО-партнерами: Університетом Томаша Бати в Зліні (Чехія), Державним університетом Миколи Коперника в Торуні (Польща), Університетом «WSG University» (Польща), Університетом Барі Альдо Моро (Італія) та скористатись правом на ініціативну мобільність в самостійно обраному університеті. Передбачається розширення можливостей академічного обміну при укладанні договорів з іншими закладами вищої освіти.	Applicants have the opportunity to take advantage of the offers offered by the Academic Mobility Department of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute: - Erasmus+ K1 programmes on a competitive basis, within the framework of bilateral agreements with partner universities: - Friedrich Schiller University of Jena (Federal Republic of Germany); - Justus Liebig University of Giessen (Federal Republic of Germany); - Nicolaus Copernicus University of Torun (Republic of Poland); - Aristotle University of Thessaloniki (Greece). - Aristotle University of Thessaloniki (Hellenic Republic); - University of Zagreb (Republic of Croatia); - Transilvania University of Brasov (Romania); - University of Malaga (Kingdom of Spain); - University of Granada (Kingdom of Spain); - Silesian University of Technology (Republic of Poland). - Under the programme of the Polish National Agency for Academic Exchange (NAWA) with the Gdańsk University of Technology (Republic of Poland). - Under the online mobility programme in cooperation with the Justus Liebig University of Giessen (Federal Republic of Germany) under the JLU's Virtual Courses project. Applicants have the opportunity to participate in international events and educational offers within the framework of cooperation agreements with partner universities: Tomáš Bata University in Zlín (Czech Republic), Nicolaus Copernicus State University in Toruń (Poland), WSG University (Poland), Bari Aldo Moro University (Italy) and exercise the right to initiative mobility at a university of their choice. It is envisaged to expand the possibilities of academic exchange when concluding agreements with other higher education institutions.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти / Study of foreign applicants of higher education	
Для іноземних здобувачів вищої освіти навчання здійснюється українською мовою в загальних групах або англійською мовою в окремих групах за умови володіння здобувачем мовою навчання на рівні не нижче B2.	For foreign applicants for higher education, training is provided in Ukrainian in general groups or in English in separate groups, provided that the applicant has a language proficiency of at least B2.
10 - Процедура присвоєння професійних кваліфікацій / Procedure for awarding professional qualifications	
Процедура присвоєння професійних кваліфікацій здійснюється відповідно до Положення про присвоєння професійних кваліфікацій здобувачам вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського з урахуванням професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринків збуту (MARKETOLOG)» URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog.pdf	The procedure for assigning professional qualifications is carried out in accordance with the Regulations on the assignment of professional qualifications to applicants for higher education in Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, taking into account the professional standard 'Specialist in methods of expanding sales markets (MARKETING)' URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog.pdf

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPONENTS of EDUCATIONAL PROGRAMME

Код/Code	Освітні компоненти програм/Components	Кредитів ECTS/ECTS credits	Форма підсумкового контролю / Final control form
НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components			
Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки/General training cycle			
30 01	Українська мова за професійним спрямуванням / Ukrainian for Professional Purposes	2.0	Залік / Final test
30 02	Історія української культури / History of Ukrainian Culture	2.0	Залік / Final test
30 03	Основи здорового способу життя / Fundamentals of Healthy Lifestyle	3.0	Залік / Final test
30 04	Англійська мова / English Language	5.0	Залік / Final test
30 05	Англійська мова професійного спрямування / English for Professional Purposes	5.0	Залік / Final test
30 06	Макроекономіка та мікроекономіка / Macroeconomics and microeconomics	5.0	Екзамен / Exam
30 07	Вища математика в управлінні бізнесом / Advanced Mathematics in Business Management	7.0	Екзамен / Exam
30 08	Правознавство / Science of Law	2.0	Залік / Final test
30 09	Стохастичні основи аналізу даних / Stochastic Foundations of Data Analysis	5.0	Екзамен / Exam
30 10	Інформаційні технології / Information Technologies	4.0	Залік / Final test
30 11	Базова загальновійськова підготовка / Basic General Military Training		
30 11.1	Практична підготовка базової загальновійськової підготовки / Practical Course of Basic General Military Training	7.0	Залік / Final test
30 11.2	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки / Цивільний захист, оборона та патріотичне виховання / Theoretical Course of Basic General Military Training / Civil Protection, Defence and Patriotic Education	3.0	Залік / Final test
30 12	Філософія / Philosophy	2.0	Залік / Final test
Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки /Professional training cycle			
ПО 01	Самоорганізація та професійний розвиток / Self-Organization and Professional Development	4.0	Залік / Final test
ПО 02	Бізнес-комунікації / Business Communications	4.0	Залік / Final test
ПО 03	Менеджмент / Management	4.0	Залік / Final test
ПО 04	Бізнес-статистика / Business Statistics	5.0	Екзамен / Exam
ПО 05	Поведінка споживачів і бізнес-клієнтів / Consumer and Business Customer Behavior	5.0	Екзамен / Exam
ПО 06	Галузеві ринки / Industry Markets	4.0	Залік / Final test
ПО 07	Фаховий тренінг "Бізнес в інформаційному середовищі" / Professional Training 'Business in the Information Environment'	4.0	Залік / Final test
ПО 08	Маркетинг / Marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 09	Маркетинг. Курсова робота / Marketing. Course work	1.0	Залік / Final test
ПО 10	Діджитал маркетинг / Digital marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 11	Маркетинг послуг / Service marketing	4.0	Залік / Final test

Код/Code	Освітні компоненти програм/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю / Final control form
ПО 12	Програмне забезпечення в маркетингу / Software in Marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 13	Маркетингова товарна політика / Marketing product policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 14	Маркетингова товарна політика. Курсова робота / Marketing commodity policy. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 15	Маркетингова цінова політика / Marketing Pricing Policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 16	Брендинг / Branding	4.0	Залік / Final test
ПО 17	Маркетингові ризики / Marketing Risks	5.0	Залік / Final test
ПО 18	Прогнозна аналітика та аналіз даних / Predictive Analytics and Data Analysis	5.0	Екзамен / Exam
ПО 19	Промисловий маркетинг / Industrial marketing	6.0	Екзамен / Exam
ПО 20	Промисловий маркетинг. Курсова робота / Industrial marketing. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 21	Маркетингова політика просування / Marketing promotion policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 22	Маркетингові дослідження / Marketing researches	5.0	Екзамен / Exam
ПО 23	Маркетингові дослідження. Курсова робота / Marketing researches. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 24	Логістика та управління ланцюгами постачання / Logistics and supply chain management	5.0	Екзамен / Exam
ПО 25	Маркетингові метрики / Marketing metrics	5.0	Екзамен / Exam
ПО 26	Маркетингові метрики. Курсова робота / Marketing metrics. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 27	Маркетинг промислових технологій / Industrial Technology Marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 28	Бізнес-планування маркетингових проєктів / Business Planning of Marketing Projects	5.0	Екзамен / Exam
ПО 29	Електронна комерція та омніканальний маркетинг / E-Commerce and Omnichannel Marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 30	Міжнародний маркетинг / International marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 31	Маркетингово-аналітична практика / Marketing Analytics Practice	3.0	Залік / Final test
ПО 32	Переддипломна практика / Pre-diploma Practice	6.0	Залік / Final test
ПО 33	Дипломна робота / Diploma Thesis	6.0	Захист / Defence
ВИБІРКОВІ освітні компоненти/Elective components			
Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки/General training cycle			
ЗВ 01	Освітній компонент 1 ЗУ-Каталогу / Educational Component 1 from GU-Catalogue	2.0	Залік / Final test
ЗВ 02	Освітній компонент 2 ЗУ-Каталогу / Educational Component 2 from GU-Catalogue	2.0	Залік / Final test
Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки/Professional training cycle			
ПВ 01	Освітній компонент 1 Ф-Каталогу / Educational Component 1 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 02	Освітній компонент 2 Ф-каталогу / Educational Component 2 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 03	Освітній компонент 3 Ф-каталогу / Educational Component 3 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 04	Освітній компонент 4 Ф-каталогу / Educational Component 4 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test

Код/Code	Освітні компоненти програм/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю / Final control form
ПВ 05	Освітній компонент 5 Ф-каталогу / Educational Component 5 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 06	Освітній компонент 6 Ф-каталогу / Educational Component 6 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 07	Освітній компонент 7 Ф-каталогу / Educational Component 7 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 08	Освітній компонент 8 Ф-каталогу / Educational Component 8 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 09	Освітній компонент 9 Ф-каталогу / Educational Component 9 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 10	Освітній компонент 10 Ф-каталогу / Educational Component 10 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 11	Освітній компонент 11 Ф-каталогу / Educational Component 11 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 12	Освітній компонент 12 Ф-каталогу / Educational Component 12 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 13	Освітній компонент 13 Ф-каталогу / Educational Component 13 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 14	Освітній компонент 14 Ф-каталогу / Educational Component 14 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
Загальний обсяг обов'язкових компонентів / Total volume of the required components:		180	
Загальний обсяг вибірових компонентів / Total volume of the elective components:		60	
Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей визначених стандартом вищої освіти / Total volume of the educational components aimed at acquisition of competencies specified in the Higher Education Standard:		177	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / TOTAL VOLUME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME		240	

Примітки / Notes:

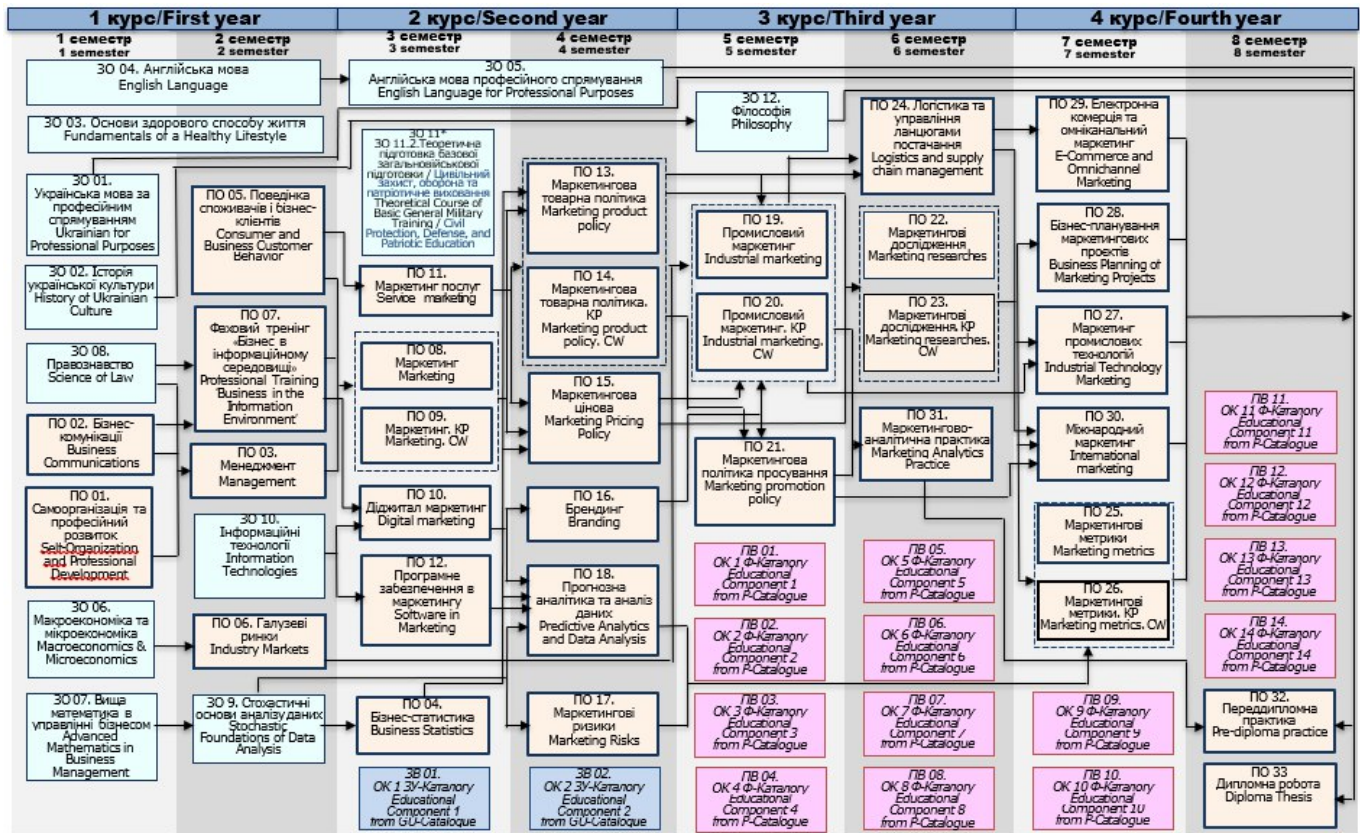
1) Навчальна дисципліна «Базова загальновійськова підготовка», яка складається з освітнього компоненту «Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки» обсягом 3 кредити ЄКТС та освітнього компоненту «Практична підготовка базової загальновійськової підготовки» обсягом 7 кредитів ЄКТС, включається до індивідуальних навчальних планів здобувачів вищої освіти – громадян України чоловічої статі (жіночої статі – добровільно), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти, згідно з Порядком проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21 червня 2024 р. № 734 / The academic discipline «Basic General Military Training», which consists educational component "Theoretical Course of Basic General Military Training" in the amount of 3 ECTS credits and educational component "Practical Course of Basic General Military Training" in the amount of 7 ECTS credits, is included in the individual study plans of higher education students – male citizens of Ukraine (female citizens – voluntarily), who study full-time or dual form of education, in accordance with the Procedure for Conducting Basic General Military Training for Citizens of Ukraine Pursuing Higher Education and for Police Officers, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 734 of 21 June 2024.

2) Освітній компонент «Практична підготовка базової загальновійськової підготовки» організовується і проводиться Міністерством оборони України, а його обсяг (7 кредитів ЄКТС) не враховується в загальному обсязі кредитів ЄКТС, необхідному для опанування освітньо-професійної програми / The educational component "Practical Course of Basic General Military Training" is organized and conducted by the Ministry of Defence of Ukraine, and its amount (7 ECTS credits) is not taken into account in the total volume of ECTS credits of the educational and professional programme.

3) Освітній компонент «Цивільний захист, оборона та патріотичне виховання» обсягом 3 кредити ЄКТС включається до індивідуальних навчальних планів здобувачів вищої освіти,

звільнених від проходження базової загальновійськової підготовки згідно з Порядком проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21 червня 2024 р. № 734, та здобувачів вищої освіти, до індивідуальних навчальних планів яких не включено освітній компонент «Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки» / The educational component "Civil Protection, Defence and Patriotic Education" in the amount of 3 ECTS credits is included in the individual study plans of higher education students exempted from basic military training in accordance with the Procedure for Conducting Basic General Military Training for Citizens of Ukraine Pursuing Higher Education and for Police Officers, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 734 of 21 June 2024, and of higher education students whose individual study plans do not include the educational component "Theoretical Course of Basic General Military Training"

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / STRUCTURAL-AND-LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME



*30 11. Базова загальновійськова підготовка: 30 11.1 Практична підготовка базової загальновійськової підготовки (не враховується в загальному обсязі кредитів ЕКТС ОПП), організовується і проводиться Міністерством оборони України / SG 11. Basic General Military Training: SG 11.1 Practical Course of Basic General Military Training (is not taken into account in the total volume of ECTS credits of the EPP) is organized and conducted by the Ministry of Defence of Ukraine

4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ / THE FORM OF ATTESTATION FOR DEGREE PURSUERS

Атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Промисловий маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документа встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Атестації здобувачів регламентується Положенням про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського.

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.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування згідно Положення про систему запобігання академічному плагіату в Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» та після захисту розміщується в репозиторії НТБ Університету для вільного доступу.

Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на сайті Електронного архіву наукових та освітніх матеріалів КПІ ім. Ігоря Сікорського. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

The certification of applicants for higher education in the educational and professional programme 'Industrial Marketing' is carried out in the form of a public defence of qualification work and ends with the issuance of a document of the established form on awarding a bachelor's degree with the qualification: Bachelor of Marketing.

Certification of applicants is regulated by the Regulations on the examination commission and certification of applicants for higher education in Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute.

The qualification work should provide for the solution of a complex specialised task or practical problem in the field of modern marketing, characterised by complexity and uncertainty of conditions, and requires the application of its theoretical provisions and methods.

The qualification work may not contain academic plagiarism, falsification and cheating in accordance with the Regulations on the system of prevention of academic plagiarism in the National Technical University of Ukraine 'Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute' and after defence is placed in the repository of the University's STB for free access.

The qualification work must be published on the website of the Electronic Archive of Scientific and Educational Materials of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. The publication of qualification works containing information with restricted access is carried out in accordance with the requirements of the current legislation.

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME COMPETENCIES WITH PROGRAMME COMPONENTS

	30 01	30 02	30 03	30 04	30 05	30 06	30 07	30 08	30 09	30 10	30 11	30 12	по 01	по 02	по 03	по 04	по 05	по 06	по 07	по 08	по 09	по 10	по 11	по 12	по 13	по 14	по 15	по 16	по 17	по 18	по 19	по 20	по 21	по 22	по 23	по 24	по 25	по 26	по 27	по 28	по 29	по 30	по 31	по 32	по 33		
3K 01	X	X					X																																								
3K 02		X	X							X		X																												X							
3K 03						X	X		X	X		X				X									X		X	X	X	X			X	X	X	X	X	X					X	X	X		
3K 04									X		X	X							X	X		X	X					X					X			X	X										
3K 05							X								X																									X				X	X		
3K 06												X			X	X	X					X			X		X		X	X	X	X	X	X			X		X			X		X	X		
3K 07						X		X							X					X	X	X				X			X		X	X			X				X				X	X	X		
3K 08					X															X	X		X			X	X					X		X	X		X					X	X	X	X		
3K 09									X					X					X			X		X									X	X	X		X					X			X	X	
3K 10				X	X																																						X				
3K 11													X	X	X																										X				X		
3K 12	X			X	X									X																		X				X									X		
3K 13				X	X		X							X								X																					X				
3K 14		X					X						X	X			X																												X	X	
3K 15	X						X						X									X																								X	
3K 16		X					X			X																																					
ФК 01													X	X		X	X		X	X			X		X	X				X		X	X		X							X				X	
ФК 02																				X	X				X	X						X	X		X		X	X					X	X	X		
ФК 03							X									X										X				X		X		X	X		X	X					X	X	X		
ФК 04																				X			X			X	X	X	X			X		X			X							X	X		
ФК 05																				X	X	X		X	X	X	X			X		X	X		X	X	X	X				X	X	X	X		
ФК 06																	X						X				X							X	X								X	X	X	X	
ФК 07																				X					X	X	X				X	X	X								X			X	X	X	
ФК 08																														X	X											X				X	
ФК 09																						X			X	X		X					X							X		X			X		
ФК 10																	X	X							X										X	X		X	X			X		X	X	X	
ФК 11					X													X	X											X	X	X		X	X		X	X				X	X	X	X		
ФК 12																					X					X							X			X						X	X	X		X	
ФК 13					X										X		X	X																		X					X	X	X		X	X	
ФК 14																					X					X							X			X						X	X	X		X	X
ФК 15						X		X									X	X											X	X																X	
ФК 16					X									X				X			X				X										X	X						X	X	X	X	X	
ФК 17																		X	X									X				X	X			X	X						X	X	X	X	

6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME LEARNING OUTCOMES WITH PROGRAMME COMPONENTS

	зо 01	зо 02	зо 03	зо 04	зо 05	зо 06	зо 07	зо 08	зо 09	зо 10	зо 11	зо 12	по 01	по 02	по 03	по 04	по 05	по 06	по 07	по 08	по 09	по 10	по 11	по 12	по 13	по 14	по 15	по 16	по 17	по 18	по 19	по 20	по 21	по 22	по 23	по 24	по 25	по 26	по 27	по 28	по 29	по 30	по 31	по 32	по 33	
ПРН 01													X				X			X		X	X		X		X	X			X		X	X		X			X	X		X				
ПРН 02					X	X		X								X		X		X	X					X	X		X	X		X		X	X		X	X		X	X	X				
ПРН 03						X														X	X				X	X	X		X		X	X		X		X	X		X		X	X	X			
ПРН 04						X		X	X							X			X	X						X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X	X			
ПРН 05																	X			X	X	X	X			X					X	X		X	X						X	X	X	X		
ПРН 06																				X	X				X	X	X				X	X	X		X	X	X	X					X	X		
ПРН 07								X						X					X			X	X			X					X			X	X	X		X	X		X	X	X	X		
ПРН 08								X								X	X					X	X	X	X	X	X		X			X			X	X	X	X		X				X		
ПРН 09								X																						X	X								X	X					X	
ПРН 10					X	X									X	X			X	X											X			X						X	X				X	
ПРН 11	X					X	X	X	X	X		X			X	X		X						X			X	X		X						X	X						X	X		
ПРН 12			X										X	X	X	X					X	X				X						X			X			X	X				X	X	X	
ПРН 13								X						X		X																									X			X	X	X
ПРН 14														X		X															X										X				X	
ПРН 15	X	X		X	X			X					X	X	X			X				X						X														X			X	
ПРН 16		X												X			X			X	X	X	X	X	X			X		X			X			X	X	X		X		X	X	X	X	
ПРН 17	X			X	X									X							X					X						X			X			X				X	X	X	X	
ПРН 18		X						X	X	X				X				X				X								X											X				X	
ПРН 19				X								X																																		
ПРН 20						X		X									X	X												X	X							X	X						X	
ПРН 21					X										X			X			X				X						X	X	X		X	X		X	X		X			X	X	X
ПРН 22																		X	X									X				X	X			X								X	X	X