



APPROVED

by the Academic Council

of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
(minutes of meeting № 5 of 13.05 2024)

Chairman of the Academic Council
Mykhailo ILCHENKO



ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ INDUSTRIAL MARKETING

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА / PROFESSIONAL EDUCATIONAL PROGRAMME
ЄДЕБО ID: **16478**

Перший (бакалавський) рівень вищої освіти
Спеціальність: 75 Маркетинг
Галузь знань: 07 - Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

The first (bachelor) level of higher education
Speciality: 75 Marketing
Knowledge branch: 07 - Management and
administration
Qualification: Bachelor of Marketing

Введено в дію з 2024/2025 н.р.
наказом ректора № 10.06 від 10.06 2024 р.

HQA/1434/24

Enacted since 2024/2025 academic year
by rector's order No. 10.06 of 10.06 2024

HQA/1434/24



Київ/Kyiv
2024

ПРЕАМБУЛА / PREAMBLE

РОЗРОБЛЕНО / ELABORATED:

РОЗРОБЛЕНО проектною групою:

Керівник проектної групи

Черненко Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу

Члени проектної групи:

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор, завідувач кафедри промислового маркетингу

Шульгіна Людмила Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу

Жигалкевич Жанна Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу

Юдіна Наталія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу

Лилик Ірина Вікторівна, президент ГО «Українська асоціація маркетингу»

Деркач Вікторія Василівна, здобувачка вищої освіти

Баськов Іван Геннадійович, здобувач вищої освіти

DEVELOPED by the project group:

Head of the project group

Oksana Chernenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Industrial Marketing Department

Project team members:

Sergii Solntsev, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Head of the Department of Industrial Marketing

Liudmyla Shulhinaspan, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the department of industrial marketing

Zhanna Zhygalkevych, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Industrial Marketing

Oleksandr Zozulov, Candidate of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Industrial Marketing

Tetiana Tsarova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing

Nataliya Yudina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing

Lylyk Iryna Viktorivna, president of the NGO "Ukrainian Marketing Association"

Victoria Derkach, acquirer

Ivan Baskov, acquirer

ПОГОДЖЕНО/AGREED:

Науково-методична комісія Університету зі спеціальності 075 «Маркетинг»/Scientific and methodological commission of the University on specialty 075 "Marketing"

Голова НМКУ/Head of SMCU  Людмила ШУЛЬГІНА/ Liudmyla SHULHINA

Протокол №/Protocol No. 6/24 від/of «30» 04 2024р./year

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського/Methodical Council of KPI named after Igor Sikorsky

Голова Методичної ради/Deputy Chairman of the Methodological Council
Анатолій МЕЛЬНИЧЕНКО/ Anatolii MELNYCHENKO 

(протокол №/protocol No 7 від/of «09» 05 2024р./year).

ВРАХОВАНО / CONSIDERED:

1. Про вищу освіту: Закон України № 1556-VII у чинній редакції від 09.04.2025. URL: <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. 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>
6. Стратегія розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського на 2020–2025 роки URL: <https://kpi.ua/strategy>
7. Наказ НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» URL: https://document.kpi.ua/2024_HOD-263
8. Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (Наказ НОН/224/2022 від 14.07.2022 р.). URL: <https://osvita.kpi.ua/node/137>
9. Наказ «Про внесення змін до Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (НОД/289/24 ВІД 17.04.2024). URL: https://document.kpi.ua/2024_HOD-289
10. Результати аналізу освітньо-професійних програм вітчизняних/зарубіжних університетів і вимог ринку праці, потреб галузі та регіонів.
11. Пропозиції 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 075 Маркетинг.
12. Звіт з постакредитаційного моніторингу освітньої програми. URL: https://marketing.kpi.ua/wp-content/uploads/2026/01/16478_final.pdf

1. On Higher Education: Law of Ukraine No. 1556-VII, as amended on 09.04.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Standard of higher education in Ukraine for speciality 075 Marketing, field of knowledge 07 Management and Administration, degree of higher education – Bachelor, first (bachelor's) level of higher education (Ministry of Education and Science 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 of 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 2015) URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf
5. National Classifier of Ukraine. Classifier of Professions DK 003:2010, approved by Order of the State Consumer Standards Service of Ukraine No. 327 dated 28 July 2010, as amended. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
6. Development Strategy of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute for 2020–2025 URL: <https://kpi.ua/strategy>
7. Order NOD/263/2024 of 08.04.2024 'On the organisation and planning of the educational process for the 2024–2025 academic year' URL: https://document.kpi.ua/2024_HOD-263
8. Regulations on the development, approval, monitoring and revision of educational programmes at Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (Order No. NON/224/2022 dated 14 July 2022). URL: <https://osvita.kpi.ua/node/137>
9. Order 'On Amendments to the Regulations on the Development, Approval, Monitoring and Review of Educational Programmes at Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute' (NOD/289/24 dated 17 April 2024). URL: https://document.kpi.ua/2024_HOD-289
10. Results of the analysis of educational and professional programs of domestic and foreign universities, as well as labor market requirements and the needs of the industry and regions.
11. Proposals from academic and teaching staff, the academic community, representatives of student self-government, higher education students, representatives of employers, and other stakeholders based on the results of public discussions at meetings of the Academic and Methodological Commission of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute in the specialty 075 Marketing.
12. Post-accreditation monitoring report of the educational program. URL: https://marketing.kpi.ua/wp-content/uploads/2026/01/16478_final.pdf

Еволюція ОП / Evolution of the EP

Еволюція освітньої програми "Промисловий маркетинг" першого (бакалаврського) рівня навчання порівняно із попередньою версією, введеною в дію від 17.05.2023 року (Наказ НОН/165/2023), включає нижчеподані зміни:

1. Уточнено мету ОП у частині підготовки 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, що підсилює орієнтацію програми та відповідає Стратегії розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського на 2020–2025 рр. (<https://kpi.ua/files/2020-2025-strategy.pdf>) та Стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG 2015) (https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).
2. Скореговано предметну область ОП, а саме цілі навчання, теоретичний зміст та інструменти, враховуючи стандарт вищої освіти та спрямованість підготовки фахівців за ОП

3. Уточнено особливості ОП з урахуванням унікальності та відмінностей від інших освітніх програм з акцентом реалізації маркетингової діяльності на різних типах ринків, цифрову трансформацію та аналітичну діяльність, що забезпечують реалізацію програмних результатів навчання у динамічному і технологічно насиченому бізнес-середовищі

4. Уточнено п. 5 «Викладання та оцінювання» ОП з врахуванням новітніх методів навчання, технологій та студентоцентрованого підходу до навчального процесу університету

5. Введено ЗК 15 «Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності» відповідно до внесення змін наказом №842 від 13.06.2024 р. у стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 №о 1343

6. Змінено ФК 15, оскільки у сучасному маркетингу ключовою умовою ефективного управління є вміння працювати з даними та більшість управлінських рішень потребують ґрунтовної аналітики та володіння аналітичними інструментами.

7. Змінено ФК 16 для забезпечення підготовки фахівців, здатних оцінити технологічні тренди, їх вплив на ринок і адаптувати маркетингові стратегії до нових умов B2B ринку, що дозволить навчитися користуватися маркетинговими підходами для створення конкурентних рішень та забезпечить готовність працювати в конкурентних умовах, застосовуючи сучасні методи аналізу та планування.

8. Змінено ПРН 19, оскільки даний результат навчання визначає здатність здобувача працювати з точними, структурованими та статистично обробленими маркетинговими даними, використовуючи сучасні інструменти аналізу, особливо ухвалюючи рішення в B2B-секторі, а не лише застосовувати креативні підходи, властиві B2C.

9. Введено ПРН 20, що дає можливість здобувачу вміти критично аналізувати ситуацію на B2B-ринку, враховувати технологічні та ринкові тенденції, застосовувати сучасні дані та інструменти, і відповідно оцінювати ефективність та доцільність маркетингових рішень.

10. Скореговано склад освітніх компонент циклу загальної підготовки, а саме:

- виведено ОК «Економічна теорія», натомість збільшено обсяг ОК «Макроекономіка та мікроекономіка» та здійснено перерозподіл кредитів за ОК загального циклу;
- введено ОК «Бізнес-планування», яка розвиває вміння обґрунтовувати управлінські рішення з урахуванням ризиків бізнес-діяльності;
- ОК «Технологічні засади маркетингової діяльності» перенесено з циклу професійної підготовки до циклу загальної підготовки з уточненою назвою «Технологічні засади маркетингової діяльності»;
- ОК «Статистичне забезпечення маркетингових досліджень» перенесено з циклу професійної підготовки до циклу загальної підготовки.

11. Скореговано склад освітніх компонент циклу професійної підготовки, а саме:

- з метою оптимізації ОК «Маркетинг» виокремлено ОК «Вступ в маркетинг»;
- виведено ОК «Промислове товарознавство», оскільки ключові складові цієї ОК можна забезпечити дисципліною «Маркетингова товарна політика»;
- виведено ОК «Інвестування» як дисципліну економічного спрямування та здійснено перерозподіл кредитів на дисципліни фахового спрямування;
- виведено зі складу дві ОК: «Ризикологія в маркетинговій діяльності» та «Інформаційні системи і технології в маркетингу». Натомість запроваджено комплексну ОК «Інформаційний інструментарій в маркетинговій аналітиці в умовах невизначеності», що надасть можливість формувати у здобувачів здатність ефективно збирати, обробляти, аналізувати та інтерпретувати маркетингову інформацію із застосуванням сучасних

статистичних методів, програмного забезпечення та цифрових аналітичних інструментів з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень в умовах невизначеності та динамічних ринкових змін;

- ОК «Програмне забезпечення маркетингу» замінено на «Програмне забезпечення для аналізу даних в маркетингу» з метою посилення аналітичної складової;
- ОК «Діджитал маркетинг» перенесено із сьомого семестру до третього в межах циклу професійної підготовки із метою скорішого надання загального розуміння цифрового контексту, в якому має працювати маркетолог;
- перенесено ОК «Бізнес-прогнозування» із шостого семестру в третій, оскільки вивчення бізнес-прогнозування на ранніх етапах формування компетенцій маркетолога є обґрунтованою потребою, що зумовлена зміною логіки професійної підготовки у сучасних умовах невизначеності та високої турбулентності ринків;
- перенесено ОК «Інфраструктура товарного ринку» із першого семестру на другий, оскільки в першому семестрі викладається «Макроекономіка та мікроекономіка», що слугує економічним підґрунтям для подальшого вивчення маркетингової теорії.

12. Скореговано кількість кредитів з ОК «Макроекономіка та мікроекономіка», «Бізнес-комунікації», «Математика для економістів», «Теорія ймовірностей та математична статистика для маркетингу», «Вступ до спеціальності», «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Діджитал маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Бізнес-прогнозування», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова політика просування», «Маркетингові метрики», «Статистичн забезпечення маркетингових досліджень», «Маркетинг в інформаційному суспільстві», «Маркетинг послуг», «Міжнародний маркетинг» відповідно до Додатку 3 (https://document.kpi.ua/files/2024_HOD-263a3.pdf) Наказу «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» URL: https://document.kpi.ua/2024_HOD-263

13. Скореговано структурно-логічну схему ОП, а саме прибрано зайві зв'язки, а також зв'язки, які забезпечували ОК, виведені зі структури ОП, додано нові, які забезпечують нові ОК, які були переміщені в інші семестри.

14. Скореговано матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми відповідно до внесених змін.

The evolution of the educational program "Industrial Marketing" at the first (bachelor's) level of study compared to the previous version, which came into effect on May 17, 2023 (Order NON/165/2023), includes the following changes:

1. The goal of the educational programme has been clarified in terms of training highly qualified, socially responsible specialists who have an active civic position and are able to apply modern methods, technologies and tools of marketing activities in the B2B market to solve complex tasks in accordance with the demands of the labour market, contributing to the sustainable development of society, high-tech transformation and restoration of Ukraine, which strengthens the programme's focus and is in line with the Igor Sikorsky KPI Development Strategy for 2020-2025 (<https://kpi.ua/files/2020-2025-strategy.pdf>) and the Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG 2015) (https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).
2. The subject area of the educational programme has been adjusted, namely the learning objectives, theoretical content and tools, taking into account the higher education standard and the focus of training specialists under the educational programme.
3. The specifics of the OP have been clarified, taking into account its uniqueness and differences

from other educational programmes, with an emphasis on marketing activities in various types of markets, digital transformation and analytical activities that ensure the implementation of programme learning outcomes in a dynamic and technologically rich business environment.

4. Clause 5 'Teaching and Assessment' of the OP has been clarified, taking into account the latest teaching methods, technologies and a student-centred approach to the university's educational process

5. LC 15 'Ability to make decisions and act in accordance with the principle of intolerance of corruption and any other manifestations of dishonesty' has been introduced in accordance with the amendments made by Order No. 842 of 13 June 2024 in the higher education standard for speciality 075 'Marketing' in the field of knowledge 07 'Management and Administration' for the first (bachelor's) level of higher education, approved by Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 1343 of 5 December 2018.

6. FC 15 has been changed because in modern marketing, the ability to work with data is a key condition for effective management, and most management decisions require thorough analytics and mastery of analytical tools.

7. FC 16 has been changed to ensure the training of specialists capable of assessing technological trends, their impact on the market, and adapting marketing strategies to the new conditions of the B2B market, which will enable them to learn how to use marketing approaches to create competitive solutions and ensure their readiness to work in competitive conditions using modern methods of analysis and planning.

8. PRN 19 has been changed, as this learning outcome determines the applicant's ability to work with accurate, structured and statistically processed marketing data using modern analysis tools, especially when making decisions in the B2B sector, rather than just applying creative approaches typical of B2C.

9. PRN 20 has been introduced, which enables the applicant to critically analyse the situation in the B2B market, take into account technological and market trends, apply modern data and tools, and accordingly evaluate the effectiveness and feasibility of marketing decisions.

10. The composition of educational components of the general training cycle has been adjusted, namely:

- the course "Economic Theory" has been removed; instead, the volume of the course "Macroeconomics and Microeconomics" has been increased, and a redistribution of credits within the general education cycle courses has been carried out;;
- the course "Business Planning" has been introduced, which develops the ability to substantiate managerial decisions taking into account the risks of business activities.;
- the course "Technological Foundations of Marketing Activity" has been transferred from the professional training cycle to the general training cycle, with the title уточнено as "Technological Foundations of Marketing Activity";
- the course "Statistical Support for Marketing Research" has been transferred from the professional training cycle to the general training cycle.

11. The composition of the educational components of the professional training cycle has been adjusted, namely:

- for the purpose of optimizing the course "Marketing," the course "Introduction to Marketing" has been separated into a standalone course;
- the course 'Industrial Commodity Science' has been removed, as the key components of this course can be covered by the discipline 'Marketing Commodity Policy';
- the course 'Investing' has been removed as an economics discipline and credits have been reallocated to professional disciplines;
- two OKs have been removed: 'Riskology in Marketing Activities' and 'Information Systems and

Technologies in Marketing.’ Instead, a comprehensive OK ‘Information Tools in Marketing Analytics in Conditions of Uncertainty’ has been introduced, which will enable applicants to develop the ability to effectively collect, process, analyse and interpret marketing information using modern statistical methods, software and digital analytical tools in order to make informed management decisions in conditions of uncertainty and dynamic market changes;

- the course “Marketing Software” has been replaced with “Software for Data Analysis in Marketing” in order to strengthen the analytical component;;
- the Digital Marketing course has been moved from the seventh semester to the third semester within the professional training cycle in order to provide a general understanding of the digital context in which a marketer must work;
- the course ‘Business Forecasting’ has been moved from the sixth semester to the third, as the study of business forecasting in the early stages of developing marketing competencies is a justified need due to changes in the logic of professional training in the current conditions of uncertainty and high market turbulence;
- the course ‘Commodity Market Infrastructure’ has been moved from the first semester to the second, as the first semester covers ‘Macroeconomics and Microeconomics’, which serves as the economic basis for further study of marketing theory.

12. The number of credits for the courses ‘Macroeconomics and Microeconomics,’ ‘Business Communications,’ ‘Mathematics for Economists,’ ‘Probability Theory and Mathematical Statistics for Marketing,’ ‘Introduction to the Speciality’, “Marketing”, ‘Marketing Product Policy’, ‘Digital Marketing’, ‘Industrial Marketing’, ‘Marketing Research’, ‘Business Forecasting’, ‘Marketing Pricing’, ‘Marketing Promotion Policy’, Marketing Metrics, Statistical Support for Marketing Research, Marketing in the Information Society, Services Marketing, International Marketing in accordance with Appendix 3 (https://document.kpi.ua/files/2024_HOD-263a3.pdf) Order ‘On the organisation and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year’ URL: https://document.kpi.ua/2024_HOD-263

13. The structural and logical scheme of the educational programme has been adjusted, namely, redundant links have been removed, as well as links that provided OK, removed from the structure of the educational programme, new ones have been added that provide new OK, which have been moved to other semesters.

14. The matrix of correspondence between programme competences and components of the educational programme and the matrix of ensuring programme learning outcomes by the relevant components of the educational programme have been adjusted in accordance with the changes made.

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
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 5455 від 2023-07-07 дійсний до 2026-07-01	Accredited by NAQA, cetificate No 5455 from 2023-07-07 valid to 2026-07-01
Цикл, рівень вищої освіти / Education cycle, level of higher education	НПК 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); Заочна;	full-time; 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/075_OPP_B_PM	
2 - Мета освітньої програми / Educational programme purpose		
Підготовка висококваліфікованих, соціальновідповідальних 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 highly qualified, socially responsible specialists who have an active civic position and are able to apply modern methods, technologies and tools of marketing activities in the B2B market to solve complex tasks in accordance with the demands of the labour market, contributing to the sustainable development of society, high-tech transformation and restoration of Ukraine.

3 - Характеристика освітньої програми / Educational programme characteristics	
Предметна область / Subject area	
<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які усвідомлюють цінності громадянського суспільства та володіють сучасним економічним мисленням і відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на різних типах ринків. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно- категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> учасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень на різних типах ринків.	Object of study: marketing activity as a form of interaction of subjects of market relations to satisfy their economic and social interests. Learning objectives: training marketing bachelors who understand the values of civil society and possess modern economic thinking and the relevant competencies necessary to conduct effective marketing activities 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, concepts of marketing and their historical prerequisites; the specifics of the activities of market entities in different areas and on different types of markets; content of marketing activities, development of marketing strategies and formation of managerial decisions in the field of marketing. Methods, techniques and technologies: general scientific and special methods, professional methods 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 ОП / Aspect	
Освітньо-професійна	Educational and professional
Основний фокус ОП / Main focus	
Підготовка фахівців в сфері маркетингу, що володіють компетенціями, необхідними для провадження маркетингової діяльності на промисловому ринку. Ключові слова: ринок, маркетинг, поведінка споживачів, промисловий маркетинг, маркетингові дослідження, аналітика, метрики	Training of specialists in the field of marketing who possess the competencies necessary for the implementation of marketing activities in the industrial market. Keywords: market, marketing, consumer behaviour, industrial marketing, marketing research, analytics, metrics
Особливості ОП / Features	

Комплексне надання сучасних знань, практичних навичок, необхідних для формування системи загальних і спеціальних компетентностей у сфері маркетингу на різних типах ринків, цифрову трансформацію та аналітичну 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 різних типах 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; • 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 modern knowledge and practical skills necessary for the formation of a system of general and special competencies in the field of marketing in various types of markets, digital transformation and analytical activities, ensuring the implementation of program learning outcomes in a dynamic and technologically saturated business environment. The uniqueness of the programme is due to: • a priority focus on training industrial marketing specialists capable of ensuring effective operations in various types of markets; • the integration of knowledge, which together allows for the formation of a comprehensive vision of modern marketing processes; • the development of skills in quantitative measurement of marketing effectiveness through the mastery of marketing metrics, a component that distinguishes this programme from other Ukrainian educational programmes; • close cooperation with business through partnership agreements that allow students to perform applied tasks and gain experience in the practical implementation of marketing solutions. The programme provides opportunities for short-term academic exchanges under credit mobility programmes.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання / Eligibility of graduates for employment and further study	
Придатність до працевлаштування / Eligibility for employment	
Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010, у чинній редакції випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням: 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 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)	According to the State Classifier of Professions DK 003:2010, in the current edition, graduates can work in positions corresponding to the classification groups: 1475 Marketing manager 1475.3 Market research and public opinion managers 1475.4 Marketing, logistics, supply, sales, public relations manager 1476.1 Advertising manager 2419.2 Marketing consultant 2419.2 Specialist-analyst in commodity market research 2419.2 Advertiser 2419.2 Specialist in sales market expansion methods (marketer)
Подальше навчання / Further study	
Можливість продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.	The opportunity to continue studying at the second (master's) level of higher education. Acquisition of additional qualifications in the postgraduate education system.

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

Форми навчання: очне, заочне.
 Методи навчання: проведення лекцій, практичних занять із використанням сучасних інформаційно-аналітичних систем, залучення практиків, виконання модульних контрольних робіт, проходження 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.
 Teaching methods: lectures, practical classes using modern information and analytical systems, involvement of practitioners, completion of modular tests, 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 the learning outcomes of students, as defined in their individual study plans, is based on a rating system, which is based on monitoring specific criteria and accumulating rating points for a particular educational component. The rating system for assessing educational components is communicated to students during the first class and remains unchanged throughout 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.	The ability to realize one's rights and responsibilities as a member of society, to be aware of the values of a civil (free democratic) society and the need for its sustainable development, the rule of law, the rights and freedoms of a person and a citizen 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.	The ability to preserve and multiply 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 technologies, to use various types and forms of motor activity for active recreation and leading a healthy lifestyle.
ЗК 03	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	Ability to abstract thinking, analysis and synthesis.
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 activity.
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 an 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 at 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.	The ability to act socially responsibly and consciously.

ЗК 15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності	The ability to make decisions and act in accordance with the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of dishonesty
Фахові компетентності (ФК) / Professional competencies		
ФК 01	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	The 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.	The ability to critically analyze and generalize 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.	The 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.	The ability to conduct 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.	The ability to conduct marketing research in various areas of marketing activity.
ФК 07	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	The ability to determine the impact of functional areas of marketing on the results of economic activity of market entities.
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 innovative 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	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.
ФК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	The ability to substantiate, 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 крос-функціональному розрізі.	The ability to plan and implement effective marketing activities of a market entity in a cross-functional section.
ФК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	Ability to propose improvements to marketing functions.
ФК 15	Здатність збирати, обробляти та інтерпретувати маркетингові дані із застосуванням статистичних методів, програмного забезпечення аналізу даних і технологічних інструментів в умовах невизначеності.	Ability to collect, process and interpret marketing data using statistical methods, data analysis software and technological tools in conditions of uncertainty.

ФК 16	Здатність застосовувати аналітичні інструменти й сучасні підходи в промисловому маркетингу, розробляти та реалізовувати ефективні маркетингові рішення з урахуванням ринкових змін і технологічного розвитку.	Ability to apply analytical tools and modern approaches in industrial marketing, develop and implement effective marketing solutions taking into account market changes and technological developments.
----------	---	---

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.	Analyze 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 analyze the necessary information, calculate economic and marketing indicators, substantiate management decisions based on the use of the necessary analytical and methodical 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.	To determine the functional areas of the marketing activity of the market entity and their interrelationships in the management system, to calculate the relevant indicators that characterize 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 implementation of 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 conducting marketing activities, establish the level of uncertainty of 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 management decisions to specialists and non-specialists in the field of marketing, representatives of various structural units of the 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 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, be critical and self-critical.
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	To be responsible for the results of one's activity, to show entrepreneurial and managerial initiative skills.

ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	Perform functional duties in the group, offer reasonable 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 socially responsible and socially conscious on the basis of ethical principles of marketing, respect for cultural diversity and values of civil society with respect for individual rights and freedoms.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	To meet the requirements of a modern marketer, to raise 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 written and oral professional communication skills in national and foreign languages, as well as 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	Збирати, обробляти та інтерпретувати інформацію із застосуванням сучасних статистичних методів маркетингу, програмного та цифрових технологічних інструментів в умовах невизначеності для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень.	Collect, process and interpret information using modern statistical marketing methods, software and digital technology tools in conditions of uncertainty to make informed marketing decisions.
ПРН 20	Вміти здійснювати оцінку доцільності маркетингових рішень у сфері промислового маркетингу з використанням інформаційно-аналітичних даних, ринкових змін і технологічного розвитку.	Be able to assess the feasibility of marketing decisions in the field of industrial marketing using information and analytical data, market changes and technological developments.

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 dormit
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення / Information and methodical 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 «МуКРІ», «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: 1. 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). 1. За програмою Польського національного агентства з питань академічного обміну («NAWA») з Гданським політехнічним університетом (Республіка Польща). 2. 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: 1. 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). 2. Under the programme of the Polish National Agency for Academic Exchange (NAWA) with the Gdańsk University of Technology (Republic of Poland). 3. 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 ВО / Study of Foreign applicants of HE	
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.

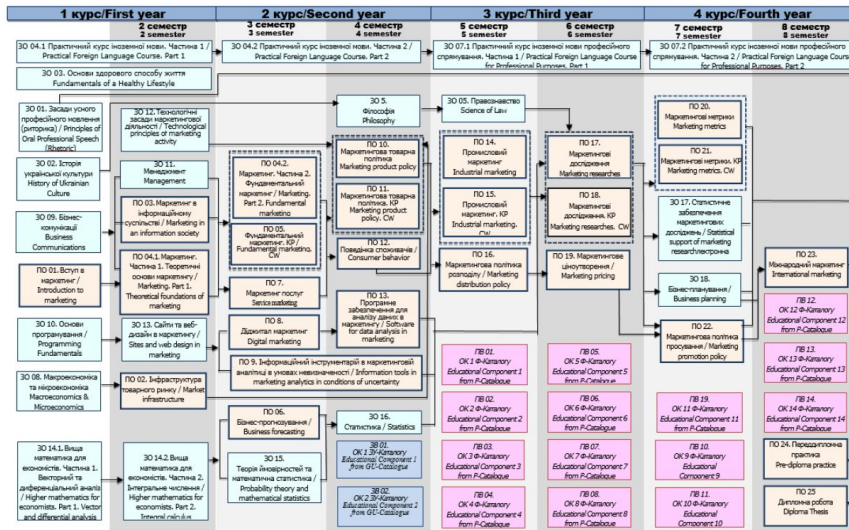
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPONENTS of EDUCATIONAL PROGRAMME

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	Засади усного професійного мовлення (риторика) / Foundations of Oral Professional Speech (Rhetoric)	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	Практичний курс іноземної мови / Foreign Language		
30 04.1	Практичний курс іноземної мови. Частина 1 / Foreign Language. Part I	3.0	Залік / Final test
30 04.2	Практичний курс іноземної мови. Частина 2 / Foreign Language. Part II	3.0	Залік / Final test
30 05	Філософія / Philosophy	2.0	Залік / Final test
30 06	Правознавство / Science of Law	2.0	Залік / Final test
30 07	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування / Foreign Language for Professional Purposes		
30 07.1	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 1 / Foreign Language for Professional Purposes. Part I	3.0	Залік / Final test
30 07.2	Практичний курс іноземної мови професійного спрямування. Частина 2 / Foreign Language for Professional Purposes. Part II	3.0	Екзамен / Exam
30 08	Макроекономіка та мікроекономіка / Macroeconomics and microeconomics	5.0	Екзамен / Exam
30 09	Бізнес-комунікації / Business Communications	5.0	Екзамен / Exam
30 10	Основи програмування / Introduction to Programming	3.0	Залік / Final test
30 11	Менеджмент / Management	3.0	Залік / Final test
30 12	Технологічні засади маркетингової діяльності / Technological principles of marketing activity	3.0	Залік / Final test
30 13	Сайти та веб-дизайн в маркетингу / Sites and web design in marketing	3.0	Залік / Final test
30 14	Вища математика для економістів / Higher mathematics for economists		
30 14.1	Вища математика для економістів. Частина 1. Векторний та диференціальний аналіз / Higher mathematics for economists. Part 1. Vector and differential analysis	5.0	Залік / Final test
30 14.2	Вища математика для економістів. Частина 2. Інтегральне числення / Higher mathematics for economists. Part 2. Integral calculus	5.0	Екзамен / Exam
30 15	Теорія ймовірностей та математична статистика / Probability theory and mathematical statistics	5.0	Екзамен / Exam
30 16	Статистика / Statistics	5.0	Екзамен / Exam
30 17	Статистичне забезпечення маркетингових досліджень / Statistical support of marketing research	3.0	Залік / Final test
30 18	Бізнес-планування / Business planning	3.0	Залік / Final test
ЗП 01	Базова загальновійськова підготовка / Basic General Military Training	3.0	Залік / Final test
Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки /Professional training cycle			
ПО 01	Вступ в маркетинг / Introduction to marketing	5.0	Екзамен / Exam

Код/Code	Освітні компоненти програм/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю / Final control form
ПО 02	Інфраструктура товарного ринку / Market infrastructure	4.0	Залік / Final test
ПО 03	Маркетинг в інформаційному суспільстві / Marketing in an information society	4.0	Залік / Final test
ПО 04	Маркетинг / Marketing		
ПО 04.1	Маркетинг. Частина 1. Теоретичні основи маркетингу / Marketing. Part 1. Theoretical foundations of marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 04.2	Маркетинг. Частина 2. Фундаментальний маркетинг / Marketing. Part 2. Fundamental marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 05	Фундаментальний маркетинг. Курсова робота / Fundamental marketing. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 06	Бізнес-прогнозування / Business forecasting	4.0	Залік / Final test
ПО 07	Маркетинг послуг / Service marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 08	Діджитал маркетинг / Digital marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 09	Інформаційний інструментарій в маркетинговій аналітиці в умовах невизначеності / Information tools in marketing analytics in conditions of uncertainty	8.0	Залік / Final test
ПО 10	Маркетингова товарна політика / Marketing product policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 11	Маркетингова товарна політика. Курсова робота / Marketing commodity policy. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 12	Поведінка споживачів / Consumer behavior	5.0	Екзамен / Exam
ПО 13	Програмне забезпечення для аналізу даних в маркетингу / Software for data analysis in marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 14	Промисловий маркетинг / Industrial marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 15	Промисловий маркетинг. Курсова робота / Industrial marketing. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 16	Маркетингова політика розподілу / Marketing distribution policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 17	Маркетингові дослідження / Marketing researches	6.0	Екзамен / Exam
ПО 18	Маркетингові дослідження. Курсова робота / Marketing researches. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 19	Маркетингове ціноутворення / Marketing pricing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 20	Маркетингові метрики / Marketing metrics	5.0	Екзамен / Exam
ПО 21	Маркетингові метрики. Курсова робота / Marketing metrics. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 22	Маркетингова політика просування / Marketing promotion policy	5.0	Екзамен / Exam
ПО 23	Міжнародний маркетинг / International marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 24	Переддипломна практика / Pre-diploma Practice	6.0	Залік / Final test
ПО 25	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			

Код/Code	Освітні компоненти програм/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю / Final control form
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
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:		183	
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:		180	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / TOTAL VOLUME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME		243	

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



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	30 13	30 14	30 15	30 16	30 17	30 18	30 19	30 20	30 21	30 22	30 23	30 24	30 25
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
3K 04				X								X	X											X	X
3K 05					X						X														X
3K 06											X							X	X			X	X		X
3K 07								X					X	X	X	X				X	X		X		X
3K 08							X						X	X	X			X	X	X		X		X	X
3K 09							X	X			X				X	X			X			X	X	X	X
3K 10			X			X																	X		
3K 11							X		X							X									
3K 12	X			X			X	X							X						X				X
3K 13			X		X	X	X																	X	
3K 14		X			X		X																	X	X
3K 15	X				X													X							X
ФК 01															X			X			X		X	X	X
ФК 02				X											X	X				X	X		X	X	X
ФК 03														X	X					X		X	X	X	X
ФК 04																		X		X	X		X		X
ФК 05														X				X	X		X	X		X	X
ФК 06														X						X		X	X		X
ФК 07															X			X	X	X		X	X	X	X
ФК 08														X				X		X					X
ФК 09												X	X					X	X	X				X	X
ФК 10													X					X	X	X		X	X		X
ФК 11							X							X					X	X		X	X		X
ФК 12															X					X			X		X
ФК 13							X		X									X		X				X	X
ФК 14																		X		X		X		X	X
ФК 15										X		X	X	X	X				X			X	X		X
ФК 16											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

	30 01	30 02	30 03	30 04	30 05	30 06	30 07	30 08	30 09	30 10	30 11	30 12	30 13	30 14	30 15	30 16	30 17	30 18	30 19	30 20	30 21	30 22	30 23	30 24	30 25																								
ПРН 01																			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						
ПРН 02							х						х	х	х	х	х			х	х	х			х	х		х	х			х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х					
ПРН 03									х			х	х			х					х	х	х	х			х	х				х			х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х			
ПРН 04									х				х	х	х	х	х	х				х	х	х			х		х			х		х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х		
ПРН 05																						х	х		х	х			х	х		х	х		х	х						х	х	х	х	х			
ПРН 06																						х		х	х				х	х			х	х	х			х	х	х	х	х	х	х	х	х			
ПРН 07								х	х				х					х					х		х	х				х					х	х			х	х	х	х	х	х	х	х	х		
ПРН 08												х	х										х			х	х		х	х	х	х								х	х	х	х			х	х		
ПРН 09																х			х					х		х																					х	х	
ПРН 10							х	х	х		х								х							х				х				х			х										х	х	
ПРН 11	х				х	х		х			х			х	х	х						х			х						х								х	х						х	х		
ПРН 12			х		х			х		х											х			х	х				х				х			х					х					х	х		
ПРН 13					х					х									х																											х	х		
ПРН 14										х									х																												х	х	
ПРН 15	х	х		х	х	х	х		х												х					х					х												х	х			х	х	
ПРН 16		х										х	х									х	х	х		х	х	х			х									х	х	х				х	х		
ПРН 17	х			х			х		х															х					х					х								х	х	х	х	х	х	х	
ПРН 18		х			х	х																				х				х				х											х			х	х
ПРН 19									х		х	х					х	х							х		х					х			х	х			х	х					х	х	х	х	
ПРН 20												х				х	х	х									х							х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х	х