

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол засідання вченої ради
Українського державного
університету залізничного
транспорту

«28» лютого 2017 р. № 1

(В редакції після перегляду.
Протокол засідання вченої ради
Українського державного
університету залізничного
транспорту

_____ № ____

Ввести в дію
з 2025/2026 навчального року

В.о. ректора
_____ Сергій ПАНЧЕНКО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти:	перший
Ступінь вищої освіти:	бакалавр
Галузь знань:	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність:	D5 Маркетинг

Харків – 2025 р.

1. Преамбула

Законом України «Про вищу освіту» встановлено, що:

1) освітньо-професійна програма – єдиний комплекс освітніх компонентів (навчальних дисциплін, індивідуальних завдань, практик, контрольних заходів тощо), спрямованих на досягнення передбачених такою програмою результатів навчання, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій);

2) стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми: обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання;

перелік обов'язкових компетентностей випускника;

нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;

форми атестації здобувачів вищої освіти;

вимоги до створення освітніх програм підготовки за галуззю знань, двома галузями знань або групою спеціальностей (у стандартах рівня молодшого бакалавра), міждисциплінарних освітньо-професійних програм (у стандартах магістра та доктора філософії);

вимоги професійних стандартів (за їх наявності);

3) освітня програма повинна містити:

перелік освітніх компонентів, їх логічну послідовність;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою;

кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти;

4) заклад вищої освіти на підставі відповідної освітньої програми розробляє навчальний план, що визначає перелік та обсяг освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, їх логічну послідовність, форми організації освітнього процесу, види та обсяг навчальних занять, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю, що забезпечують досягнення здобувачем відповідного ступеня вищої освіти програмних результатів навчання. На основі навчального плану у визначеному закладом вищої освіти порядку для кожного здобувача вищої освіти розробляються та затверджуються індивідуальні навчальні плани на кожний навчальний рік.

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого рівня вищої освіти (бакалавр) в редакції після перегляду: розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління і адміністрування для першого (бакалаврського) рівня, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 та Постанови КМУ №1021 від 30 серпня 2024 року «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка

здобувачів вищої та фахової передвищої освіти», робочою групою кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії Українського державного університету залізничного транспорту у складі:

СИВОЛОВСЬКА Олена Вікторівна	– керівник групи: доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії, кандидат екон. наук;
ЗОРІНА Олена Іванівна	– професор, завідувач кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії доктор екон. наук,
ДЕРГОУСОВА Алла Олександрівна	– доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії кандидат екон. наук;

з залученням та врахуванням пропозицій та потреб таких стейкхолдерів:

ТРОЙНИКОВ Дмитро Сергійович	– Регіональна філія «Південна залізниця» АТ «Укрзалізниця» Служба комерційної роботи та маркетингу виробничого підрозділу
СОРОКІН Сергій Олександрович	Регіональна філія «Донецька залізниця» АТ «Укрзалізниця» Служба організації та проведення закупівель
ЗАЦЕРКОВНИЙ Денис Миколайович	Представник Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
ТОВКІС Іван Володимирович	– Головний менеджер управитель зі збуту, Bosch Siemens «Побутова техніка» Україна
БОРОВСЬКА Ольга Геннадіївна	Заступник міського голови з питань діяльності виконавчих органів Жмеринської міської ради
РУДЕНКО Вадим Костянтинович	- студент 4- курсу бакалаврського рівня підготовки

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений:

- 1) на засіданні кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії від «14» січня 2025 р (протокол № __);
- 2) науково-методичної комісії економічного факультету від «__» _____ 2025 р (протокол № 6);
- 3) вченої ради економічного факультету від «__» _____ 2025 р. (протокол № 6);
- 4) затверджено на засіданні вченої ради Українського державного університету залізничного транспорту від «__» _____ 2024 р. (протокол № __).

2. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

1. Загальна характеристика

Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Український державний університет залізничного транспорту Маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання освітньо-професійної програми: - на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Мінімум 35% обсягу освітньої програми спрямовано на здобуття загальних та спеціальних (фахових)

	<p>компетентностей, визначених Стандартом вищої освіти: перший (бакалаврський рівень).</p> <p>Обсяг дисциплін вільного вибору студентів за освітньо-професійною програмою становить не менше 25 % загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених освітньою програмою.</p> <p>Термін навчання: на базі повної середньої освіти: – очна форма здобуття освіти – 3 роки 10 місяців; – заочна форма здобуття освіти – 4 роки 10 місяців; на базі диплома молодшого спеціаліста: – очна форма здобуття освіти – 3 роки; – заочна форма здобуття освіти – 3 роки</p>
Наявність акредитації	<p>Умовна (відкладена) акредитація, Сертифікат – № 8366 виданий НАЗЯВО Термін дії – 30.06.2025 р.</p>
Цикл / рівень	<p>НРК України – 6 рівень FQ -EHEA - перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень</p>
Передумови	<p>Наявність повної загальної середньої освіти, освітнього ступеня молодшого бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста)</p>
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://kart.edu.ua/department/kafedra-marketing/opp-kafedra/op-marketing
2. Мета освітньої програми	
<p>Підготовка кваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням, організаційними, аналітичними, комунікаційними, проєктними, управлінськими та професійними компетентностями, необхідними для здійснення ефективної маркетингової діяльності підприємств різних галузей, у тому числі, залізничного транспорту. Програма забезпечує здобуття знань та навичок з аналізу ринку, розробки маркетингових заходів, формування та реалізації маркетингових планів, управління маркетинговими процесами та взаємодії зі споживачами в умовах динамічного бізнес-середовища.</p>	
3. Характеристика освітньої програми	

<p>Опис предметної області</p>	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність, у тому числі, підприємств залізничного транспорту, як система взаємодії суб'єктів ринкових відносин, спрямована на задоволення економічних та соціальних потреб.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, а також організаційними, аналітичними, комунікаційними, проєктними, управлінськими та професійними компетентностями, необхідними для здійснення ефективної маркетингової діяльності підприємств, зокрема у сфері залізничного транспорту.</p> <p>Теоретичний зміст включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> – суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; – понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; – специфіка маркетингової діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків, у тому числі на залізничному транспорті; – зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу, у тому числі для підприємств залізничного транспорту; – методи та інструменти маркетингових досліджень і маркетингової аналітики; – цифровий маркетинг, маркетингові комунікації та їх роль у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу; – поведінку споживачів та механізми формування попиту на товари та послуги; – інтеграцію маркетингових технологій у процеси інноваційного розвитку підприємств. <p>Методи, методики, підходи та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, що включають інструменти маркетингових досліджень, економіко-математичного моделювання, аналізу ринку, цифрового маркетингу та управління маркетинговими комунікаціями, які забезпечують ефективну маркетингову діяльність.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні</p>
---------------------------------------	---

	системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спрямована на підготовку фахівців у галузі маркетингу з акцентом на специфіку ринку транспортних послуг.</p> <p><i>Професійні акценти</i> освітньої програми включають:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формування теоретичних знань та практичних навичок у сфері маркетингової діяльності; – здатність аналізувати та прогнозувати ринкові явища та процеси; – розробку та реалізацію маркетингових стратегій в умовах невизначеності; – використання цифрових інформаційних та комунікаційних технологій у маркетинговій діяльності; – оцінку ризиків та прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу, зокрема на залізничному транспорті. <p><i>Професійна орієнтація</i> програми забезпечується:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вивченням дисциплін, що охоплюють економіку підприємства, менеджмент, маркетингові дослідження, поведінку споживачів, товарну та цінову політику, маркетингові комунікації та логістику; – практичною підготовкою через навчальні та виробничі практики на підприємствах транспортної галузі; – залученням фахівців-практиків до навчального процесу для забезпечення актуальності та практичної спрямованості знань.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p><i>Спеціальна освіта в галузі знань D «Управління та адміністрування» за спеціальністю D5 «Маркетинг», за освітньою програмою «Маркетинг».</i></p> <p><i>Акцент освітньої програми</i> зроблено на формуванні комплексних знань і навичок у сфері маркетингової діяльності, зокрема в аналізі та прогнозуванні ринкових явищ, управлінні маркетинговими процесами, розробці та реалізації стратегічних маркетингових рішень. Програма передбачає ґрунтовну підготовку в галузі економіки, менеджменту, маркетингових досліджень, поведінки споживачів, товарної та цінової політики,</p>

	<p>маркетингових комунікацій та логістики.</p> <p><i>Особлива увага</i> приділяється застосуванню цифрових технологій, маркетингової аналітики, економіко-математичного моделювання, інноваційно-інвестиційних стратегій, а також маркетингового управління в специфічних умовах транспортного сектору. Випускники здобувають компетентності у сфері розробки маркетингових стратегій на ринку транспортних послуг, планування й управління виробничими процесами, формування та впровадження комунікаційних кампаній, оцінки ризиків та ефективності маркетингової діяльності.</p> <p><i>Програма включає дисципліни загальної підготовки</i> (економіка, макро- та мікроекономіка, статистика, економетрика, оптимізаційні методи), професійної підготовки (маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова логістика, маркетингове планування, поведінка споживачів, паблік рилейшнз, міжнародна економіка, економічний аналіз транспортних систем), а також навчальні й виробничі практики, які забезпечують формування практичних навичок у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємства.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринок, споживач, стратегія, управління, бізнес-рішення, інновації, цифрові технології, маркетингові дослідження, прогнозування, аналіз, ризики, підприємництво, транспортний маркетинг, маркетингові комунікації, ефективність, маркетингова аналітика, економічний аналіз, рекламний креатив, маркетингове ціноутворення, маркетингова логістика, маркетинговий розвиток ринку транспортних послуг.</p>
<p>Особливість (унікальність) освітньої програми</p>	<p>Особливість ОП полягає в її спрямованості на розв'язання специфічних завдань, зумовлених особливостями застосування та реалізації маркетингових теорій, концепцій, методів і інструментів у сфері залізничного транспорту. Водночас програма передбачає формування компетентностей для вирішення загальних завдань управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей.</p>
<p>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	

<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Бакалавр з маркетингу набуває знань та навичок, які дають змогу працювати на підприємствах, в установах та організаціях усіх галузей економіки, зокрема у сфері транспорту, виробництва, торгівлі, послуг, реклами, логістики та аналітики ринку. Випускники можуть обіймати такі посади відповідно до Національного класифікатора професій ДК 003:2010:</p> <p>Керівники підрозділів маркетингу (код КП 1233); Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю (код КП 1234); Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) (код КП 2419.1); Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (код КП 2419.2); Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок (код КП 1474); Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки (код КП 1474.3); Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління (код КП 1474.4); Менеджери (управителі) з реклами (код КП 1476.1); Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні (код КП 1317); Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (код КП 3429).</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<p>5. Викладання та оцінювання</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<p>Освітній процес базується на принципах студентоцентрованого та проблемно-орієнтованого навчання, що сприяє розвитку автономії, критичного та креативного мислення здобувачів. Використовуються лекції та мультимедійні лекції, які забезпечують теоретичну базу та ознайомлення з актуальними тенденціями маркетингу. Практичні заняття спрямовані на застосування теоретичних знань у реальних ситуаціях через аналіз кейсів, ділові та рольові ігри, мозкові штурми. Проектне навчання</p>

	<p>дає змогу студентам розробляти та презентувати власні маркетингові проекти, що дозволяє інтегрувати знання з різних дисциплін та розвивати навички командної роботи. Освітній процес реалізується у дистанційному форматі. Самостійна робота підтримується через платформу дистанційного навчання Moodle, де розміщуються навчальні матеріали, завдання та форуми для обговорення. Інтерактивні методи, зокрема дискусії, дебати та пресконференції, сприяють розвитку комунікативних навичок та вміння аргументовано відстоювати свою точку зору.</p>
<p>Оцінювання</p>	<p>Основними видами контрольних заходів є поточний контроль, модульний контроль та підсумковий (семестровий) контроль. Поточний контроль включає оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів під час лекцій, семінарських та практичних занять шляхом усного та письмового опитування, виконання тестових завдань, розробки та презентації курсових робіт та маркетингових проектів, а також підготовки звітів про проведені дослідження. Двічі на семестр проводиться модульний контроль у вигляді комп'ютерного тестування.</p> <p>Підсумковий контроль здійснюється у формі іспитів, заліків, єдиного державного кваліфікаційного екзамену, а також захисту курсових робіт з окремих дисциплін. Контрольні заходи базуються на рейтинговій системі оцінювання, яка забезпечує комплексне оцінювання якості освітньої діяльності здобувачів вищої освіти протягом усього навчального процесу. Рейтинг здобувачів з навчальної дисципліни визначається за 100-бальною шкалою з подальшим переведенням у оцінку за національною шкалою та шкалою ЄКТС.</p> <p>Рейтингова система оцінювання успішності базується на поточному та модульному контролі, які сприяють накопиченню рейтингових балів здобувачами вищої освіти у процесі навчання та дозволяють об'єктивно оцінювати їхній рівень знань і компетентностей.</p> <p><i>Атестація здобувачів вищої освіти</i> на бакалаврському рівні здійснюється у формі єдиного державного кваліфікаційного екзамену (атестаційного екзамену), який перевіряє досягнення результатів навчання, визначених освітньою програмою.</p>

6. Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність		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.
Загальні компетентності	ЗК 1	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.
	ЗК 2	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.
	ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК 4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
	ЗК 5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
	ЗК 6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК 7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, у тому числі для ринку транспортних послуг.
	ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
	ЗК 9	Навички використання інформаційних і

		комунікаційних технологій.
	ЗК 10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
	ЗК 11	Здатність працювати в команді.
	ЗК 12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК 13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
	ЗК 14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
	ЗК 15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Фахові компетентності спеціальності	СК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	СК 2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	СК 3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі, у тому числі на залізничному транспорті.
	СК 4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	СК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу, у тому числі в діяльність підприємств залізничного транспорту.
	СК 6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової

		діяльності.
	СК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів будь яких галузей.
	СК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
	СК 9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
	СК 10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності, у тому числі для підприємств залізничного транспорту.
	СК 11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	СК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	СК 13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос -функціональному розрізі (з врахуванням особливостей залізничної галузі).
	СК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
	СК 15	Здатність застосовувати сучасні маркетингові концепції, методи і технології в сфері залізничного транспорту для побудови ефективної системи маркетингового управління економічною діяльністю транспортних підприємств.

7. Програмні результати навчання

РН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі

застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності, у тому числі на ринку транспортних послуг.

РН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі для підприємств залізничного транспорту.

РН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на транспортному ринку.

РН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, у тому числі в сфері залізничного транспорту, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, у тому числі на залізничному транспорті, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

РН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта, транспортної галузі.

РН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

РН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

РН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН 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.

РН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації

державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

РН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

РН 19. Управляти маркетинговою діяльністю на залізничному транспорті з врахуванням особливостей галузі, а саме: аналізу і прогнозування ринку транспортних послуг, розрахунку витрат і встановлення тарифів на пасажирські і вантажні перевезення, планування і управління виробничими процесами в економічній діяльності транспортних систем.

Відповідність результатів навчання та компетентностей наведена в таблиці 1, відповідність результатів навчання та освітніх компонент – в таблиці 2.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Освітня та/або професійна кваліфікація науково-педагогічних працівників, які залучені до реалізації освітніх компонентів освітньо-професійної програми, відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 №365)».
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності: навчальні мультимедійні аудиторії; комп'ютерні класи; технічне та програмне забезпечення для дистанційних технологій навчання; бібліотека, у тому числі читальна зала; спортивний зал; їдальня; гуртожитки. В умовах воєнного стану, для подолання наслідків блекаутів, університетом встановлено генератори, потужні зарядні станції для забезпечення енергетичних потреб, здобувачам освіти надані портативні мобільні пауербанки. Університет має обладнане бомбосховище для захисту від обстрілів.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності: Офіційний сайт https://kart.edu.ua містить відповідну інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти, тощо. Всі ресурси науково-технічної бібліотеки доступні через сайт університету: http://lib.kart.edu.ua/home.jsp?locale=uk

	Для забезпечення освітнього процесу використовуються віртуальні дистанційні онлайн курси, які доступні здобувачам освіти в системі дистанційного навчання – навчальній платформі Moodle УкрДУЗТ. Для дистанційного навчання в синхронному режимі використовується функціонал платформи відеоконференцій Zoom.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Можливість укладання угод про академічну мобільність згідно чинного законодавства України. Передбачається укладання договорів про програми академічного обміну з іншими ЗВО та партнерами.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між УкрДУЗТ та навчальними закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства.

2. Перелік освітніх компонентів та їх логічна послідовність

№ з/п	Освітня компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Тривалість вивчення (у семестрах)	Форма підсумкового контролю
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ				
ОК 01	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	1	екзамен
ОК 02	Історія України та української культури	4	1	залік
ОК 03	Іноземна мова	4	2	залік, екзамен
ОК 04	Філософія	3	1	екзамен
ОК 05	Фізичне виховання*		4	залік
ОК 06	Політична економія	5	1	екзамен
ОК 07	Мікроекономіка	5	1	екзамен
ОК 08	Макроекономіка	5	1	екзамен
ОК 09	Вища та прикладна математика	9	2	залік, екзамен
ОК 10	Економетрика	4	1	екзамен

ОК 11	Інформатика	6	1	екзамен
ОК 12	Системи технологій залізничного транспорту	3	1	залік
ОК 13	Історія залізничного транспорту	3	1	залік
ОК 14	Регіональна економіка	5	1	екзамен
ОК 15	Ділова риторика	3	1	залік
ОК 16	Статистика	4	1	екзамен
ОК 17	Оптимізаційні методи та моделі	5	1	залік
	Мова навчання для соціально-побутового спілкування)*		1-8	залік
	Практикум з іноземної мови**		1	залік
	Всього	71		
Дисципліни вільного вибору студента циклу загальної підготовки				
ВК 01	Дисципліна 1***	3	1	залік
ВК 02	Дисципліна 2***	3	1	залік
ВК 03	Дисципліна 3***	3	1	залік
ВК 04	Дисципліна 4***	3	1	залік
ВК 05	Дисципліна 5***	3	1	залік
ВК 06	Дисципліна 6***	3	1	залік
ВК 07	Дисципліна 7***	3	1	залік
ВК 08	Дисципліна 8***	3	1	залік
ВК 09	Дисципліна 9***	3	1	залік
	Всього	27		
	Загальний обсяг освітніх компонент циклу	98		
2. ЦИКЛ ФАХОВОЇ (ПРОФЕСІЙНОЇ) ПІДГОТОВКИ				
ОК 18	Вступ до фаху	3	1	залік
ОК 19	Рекламний креатив	3	1	залік
ОК 20	Економіка підприємства	4	1	екзамен
ОК 21	Менеджмент	3	1	екзамен
ОК 22	Маркетинг	11	2	залік, екзамен
ОК 23	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1	-	захист
ОК 24	Гроші та кредит	4	1	екзамен
ОК 25	Фінанси	3	1	екзамен
ОК 26	Бухгалтерський облік	4	1	екзамен

ОК 27	Міжнародна економіка	3	1	екзамен
ОК 28	Інноваційно-інвестиційна стратегія в транспортному маркетингу	3,5	1	екзамен
ОК 29	Маркетингова логістика	4	1	екзамен
ОК 30	Маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства	4,5	1	екзамен
ОК 31	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства»	1	-	захист
ОК 32	Маркетингове ціноутворення	4	1	екзамен
ОК 33	Маркетингова товарна політика	4	1	екзамен
ОК 34	Маркетингові дослідження	5	1	екзамен
ОК 35	Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження»	1	-	захист
ОК 36	Маркетингові комунікації	5	1	екзамен
ОК 37	Витрати на залізничному транспорті	3,5	1	залік
ОК 38	Маркетинговий розвиток ринку транспортних послуг	3	1	залік
ОК 39	Поведінка споживача	4	1	залік
ОК 40	Маркетингове планування	4	1	екзамен
ОК 41	Курсова робота з дисципліни «Маркетингове планування»	1	-	захист
ОК 42	Економічний аналіз господарської діяльності транспортних систем	4	1	залік
ОК 43	Паблік рилейшенз	4	1	залік
	Всього	94,5	-	-
Дисципліни вільного вибору студента циклу фахової (професійної) підготовки				
ВК 01	Дисципліна 1***	6	1	залік

ВК 02	Дисципліна 2***	6	1	залік
ВК0 3	Дисципліна 3***	6	1	залік
ВК 04	Дисципліна 4***	6	1	залік
ВК 05	Дисципліна 5***	6	1	залік
ВК 06	Дисципліна 6***	6	1	залік
	Всього	36	-	-
	Загальний обсяг освітніх компонент циклу	130,5	-	-
ОК 44	Навчальна практика	3		залік
ОК 45	Навчальна (маркетингово-економічна практика)	3		залік
ОК 46	Виробнича практика (практика з маркетингу)	4		залік
ОК 47	Атестаційний екзамен	1,5	-	екзамен
	Загальний обсяг освітньо-професійної програми	240	-	-

* - позакредитна дисципліна;

** - позакредитна дисципліна, тільки для студентів іноземців;

*** - освітня компонента визначається за результатами вибору студентів відповідно до встановленого порядку.

Логічна послідовність вивчення освітніх компонент визначається їх черговістю за початком вивчення (для освітніх компонент, які вивчаються протягом кількох семестрів початок вивчення освітніх компонент визначається першим семестром їх вивчення). Освітні компоненти наступної черги не можуть вивчатися до або одночасно з початком вивчення освітніх компонент попередньої черги.

Черговість вивчення освітніх компонент:

1) освітні компоненти першої черги:

українська мова;

історія України та української культури;

іноземна мова;

фізичне виховання;

політична економія;

мікроекономіка;

вища та прикладна математика;

інформатика

історія залізничного транспорту;

маркетинговий розвиток ринку транспортних послуг;

системи технологій залізничного транспорту;

регіональна економіка;

вступ до фаху;

рекламний креатив;

маркетинг;

2) освітні компоненти другої черги:

маркетинг;

гроші та кредит;

оптимізаційні методи і моделі;

бухгалтерський облік;

економіка підприємства;

філософія;

макроекономіка;

ділова риторика;

статистика;

маркетингові дослідження;

навчальна практика;

3) освітні компоненти третьої черги:

економетрика;

економіка підприємства;

менеджмент;

фінанси;

міжнародна економіка;

інноваційно-інвестиційна стратегія в транспортному маркетингу;

маркетингова логістика

витрати на залізничному транспорті;

паблік рилейшенз;

навчальна (маркетингово-економічна) практика;

4) освітня компонента четвертої черги:

маркетингові комунікації;

поведінка споживача;

маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства;

маркетингове ціноутворення;

маркетингова товарна політика;

маркетингове планування;

економічний аналіз господарської діяльності транспортних систем;

практикум з іноземної мови;

виробнича практика (практика з маркетингу);

5) освітня компонента п'ятої черги:

атестація у формі атестаційного екзамена;

б) черговість вивчення інших освітніх компонент визначається навчальним планом.

Черговість вибіркових освітніх компонент визначається навчальним планом на 2025/2026 навчальний рік.

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі єдиного державного кваліфікаційного екзамену (атестаційного екзамену).
Вимоги до державного кваліфікаційного екзамену	Єдиний державний кваліфікаційний екзамен (атестаційний екзамен) має перевіряти досягнення результатів навчання.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Українському державному університеті залізничного транспорту функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників і здобувачів вищої освіти.

Таблиця 1 - Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання (РН)	Компетентності																														
	Інтегральна компетентність (ІК)	Загальні компетентності (ЗК)														Спеціальні (фахові) компетентності (СК)															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
РН 01	+					+									+	+															
РН 02	+			+		+	+	+	+								+									+			+	+	
РН 03	+						+					+					+							+	+					+	
РН 04	+							+	+								+				+	+								+	
РН 05	+			+		+														+	+						+		+	+	
РН 06	+			+		+	+	+										+	+	+	+									+	
РН 07	+								+																+	+	+				
РН 08	+			+	+		+	+							+				+					+	+			+		+	
РН 09	+					+	+																+				+	+	+	+	
РН 10	+							+	+	+								+											+	+	+
РН 11	+			+		+	+						+						+	+			+				+	+	+		
РН 12	+				+		+					+					+			+		+									
РН 13	+					+							+											+					+		
РН 14	+				+	+		+				+							+											+	
РН 15	+	+	+										+	+															+		
РН 16	+				+		+						+						+	+										+	
РН 17	+										+					+												+			
РН18	+	+	+										+																		
РН 19	+						+											+		+		+		+			+			+	

Керівник проєктної групи,
доцент кафедри маркетингу,
комерційної діяльності
та економічної теорії

Олена СИВОЛОВСЬКА

Професор, завідувач кафедри маркетингу,
комерційної діяльності
та економічної теорії

Олена ЗОРІНА

Доцент кафедри маркетингу,
комерційної діяльності
та економічної теорії

Алла ДЕРГОУСОВА

Голова органу студентського
самоврядування
економічного факультету

Ангеліна ГУЦЕВИЧ