

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

Освітня програма введена в дію
з «01» вересня 2025 р.
Наказ № 35/од від «30» травня 2025 р.

**Освітня програма 2025 року
у редакції 2026 року
(для вступу 2026 року)
ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою
ЗВО «Університет Короля Данила»

Голова Вченої ради

 Мирослав ЛУЦЬКИЙ

Протокол № 10 від «28» травня 2026 р.

зміни введено в дію

Наказ № 33/од від «29» травня 2026 р.

Івано-Франківськ - 2026

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри бізнесу та управління факультету суспільних і прикладних наук ЗВО «Університет Короля Данила» у складі:
Наталія Юрченко – гарант освітньої програми, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та управління факультету суспільних і прикладних наук ЗВО «Університет Короля Данила»

Члени робочої групи:

- 1. Ірина ПОПАДИНЕЦЬ** – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри бізнесу та управління факультету суспільних і прикладних наук ЗВО «Університет Короля Данила».
- 2. Тарас ВОРОБЕЦЬ** – кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнесу та управління факультету суспільних і прикладних наук ЗВО «Університет Короля Данила»
- 3. Тарас ІВАШКІВ** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та адміністрування факультету суспільних і прикладних наук ЗВО «Університет Короля Данила»
- 4. Марія МАКСИМ'ЮК** - здобувачка ВО за даною ОПП факультету суспільних і прикладних наук ЗВО «Університет Короля Данила»

Рецензенти:

Василь УГРЕНЮК - директор ТОВ “Класик -АВТО” та Тойота Центр

Ірина СТЕЦЕВИЧ - СЕО та засновник креативної маркетингової агенції aprostir.com

Ігор ЗЕМЛЯКОВ – к.е.н., доцент, маркетолог приватного підприємства “Будівельна компанія Ярковиця”

РОЗГЛЯНУТО

на засіданні кафедри бізнесу та управління
(протокол № 7 від «25» лютого 2026 р.)

СХВАЛЕНО

на засіданні науково-методичної ради
(протокол № 11 від «28» травня 2026 р.)

**1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D5 МАРКЕТИНГ
ГАЛУЗІ ЗНАНЬ D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО**

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Заклад вищої освіти «Університет Короля Данила» кафедра бізнесу та адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр. Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Диджитал-маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Управління та адміністрування
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, денна форма навчання, термін навчання - 3 роки 10 місяців, заочна форма навчання – 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	До освоєння освітньо-професійної програми «Диджитал-маркетинг» допускаються особи на підставі повної загальної середньої освіти, на базі здобутого ступеня вищої/фахової передвищої освіти. Прийом на навчання для здобуття вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем за освітньо-професійною програмою «Диджитал-маркетинг» здійснюється на конкурсній основі відповідно до «Правил прийому на навчання до ЗВО «Університет Короля Данила». https://ukd.edu.ua/node/1151
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До введення в дію нової програми

Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://ukd.edu.ua/
2 - Мета освітньої програми	
Підготувати компетентних фахівців у галузі диджитал маркетингу, які здатні створювати та реалізовувати інноваційні маркетингові стратегії в цифровому середовищі, розвивати власні підприємницькі ініціативи та сприяти сталому розвитку України через відповідальне та етичне використання цифрових технологій.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, освітня програма)	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність D5 Маркетинг Освітня програма «Диджитал-маркетинг» <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 володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <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> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації

	маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. ОПП базується на сучасних підходах, що поєднують теоретичні знання та практичні навички в маркетингу, для формування нової генерації маркетологів, здатних створити відповідно до європейських стандартів якісні ринкові засади економічного розвитку України з урахування стрімких процесів цифровізації. Програма орієнтована на вивчення актуальних в даній сфері інформаційних систем та оцінювання ефективності маркетингової діяльності.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програма сфокусована на підготовці маркетологів нового покоління, здатних ефективно працювати в умовах цифрового середовища. Програма базується на поняттях, категоріях, теоріях і концепціях управлінської науки, які визначають тенденції і закономірності функціонування й розвитку диджитал-маркетингу. Ключові слова: диджитал-маркетинг, контент-маркетинг, автоматизація маркетингу, перформанс-маркетинг
Особливості програми	● Системна інтеграція аналітики, стратегічного планування та комунікацій (маркетингові дисципліни включають теми, що навчають вибудовувати маркетингові плани та приймати рішення на основі даних, а не лише креативу) ● Використання в освітньому процесі програмних продуктів планування, реалізації та оцінювання ефективності маркетингової діяльності ● Реалізація та розвиток особистісного потенціалу студентів з найвищими загальнолюдськими цінностями ● Поєднання класичної фундаментальної освіти та прикладного знання, яке формує

	цілісне розуміння процесу в управлінні та адмініструванні ● Формування креативного стилю мислення маркетолога в цифровому середовищі
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з чинної редакції Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) випускник з кваліфікацією «Бакалавр маркетингу» може працевлаштуватися на посади з наступними професійними назвами робіт: 3413 Агенти з торгівлі майном 3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій 3415 Технічні та торговельні представники 3419 Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери Випускники освітньо-професійної програми мають право обіймати посади, у т. ч. керівні, пов'язані з плановою-аналітичною та проектною діяльністю на підприємствах, в установах і організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5. Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання через практику, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарських, практичних занять, лабораторних робіт. Передбачені самостійна робота з можливістю консультацій з викладачем, індивідуальні заняття, групова проектна робота.
Оцінювання	Оцінювання знань здобувачів вищої освіти в ЗВО «Університет Короля Данила» здійснюється відповідно до “Положення про систему поточного та підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу студентів”. Система оцінювання знань студентів за кожною ОК включає поточний та семестровий контроль знань, оцінювання результатів практик і атестацію за освітнім рівнем. Поточний контроль здійснюється викладачем на всіх видах аудиторних занять та передбачає оцінювання ступеня розуміння студентом засвоєного навчального матеріалу та вміння застосовувати його у практичній роботі. Семестровий контроль проводиться у формі екзамену або заліку, визначених навчальним планом у терміни, передбачені графіком освітнього процесу; проводиться у тестовій/усній формі й дозволяє визначити рівень засвоєних студентом знань з конкретної освітньої компоненти. Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100 бальною шкалою ЕКТС та національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену
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)	
ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
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.
ЗК 8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК 9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК10	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.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
ЗК 15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності
ЗК 16	Здатність до національного спротиву
Спеціальні (фахові, предметні компетентності) (СК)	
СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
СК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
СК4	Здатність впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
СК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення

	їх ефективності.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК 12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
СК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Додатково для освітньо-професійної програми	
СК 15	Здатність планувати, реалізовувати та оптимізувати цифрові маркетингові комунікації на основі аналітичних даних, використовуючи показники ефективності для підвищення результативності взаємодії з цільовою аудиторією.

7. Програмні результати навчання	
ПР 01	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПР02	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПР 03	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПР 04	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПР 05	Виявляти й аналізувати ключові характеристики

	маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПР 06	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПР 07	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПР 08	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПР 09	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПР 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПР11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПР 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПР 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПР 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПР15	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.
ПР 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПР 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
ПР 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
<i>Додатково для освітньо-професійної програми</i>	
ПР 19	Інтегрувати інструменти диджитал-аналітики та маркетингових комунікацій у єдину систему управління взаємодією з клієнтами, здійснювати моніторинг показників та адаптувати комунікаційні стратегії відповідно до отриманих результатів.
8. Ресурсне забезпечення	
Кадрове забезпечення	Склад НПП для підготовки бакалаврів за спеціальністю D5 Маркетинг освітньої програми «Диджитал-маркетинг» за кількісними та якісними показниками відповідає чинним нормам законодавства та ліцензійним вимогам. Більшості викладачам присвоєні наукові ступені та вчені звання, а також викладачі постійно беруть активну участь у тренінгах (у т. ч. міжнародних) із удосконалення фахової майстерності підтвердженнями якої є свідоцтва, сертифікати та

	дипломи.
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальний процес за освітньою програмою відбувається в аудиторіях які обладнані мультимедійним обладнанням і необхідними технічними засобами. Навчальні заняття проводяться у комп'ютерних класах зі встановленим програмним забезпеченням Microsoft на ПК, а також в лабораторії створення контенту "Галас Space". У навчальному процесі активно використовується модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment), яке надає викладачам, студентам та адміністраторам дуже розвинутий набір інструментів для комп'ютеризованого навчання, в тому числі дистанційного, а також організації та контролю позааудиторної роботи студентів.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Студенти, що навчаються за цією освітньою програмою, та викладачі можуть використовувати університетську наукову бібліотеку. Інформаційні ресурси бібліотеки ЗВО «УКД» за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі. Студенти можуть отримати доступ до всіх друкованих видань різними мовами, включаючи монографії, навчальні посібники, підручники, словники тощо. При цьому вони можуть переглядати літературу з використанням традиційних засобів пошуку в бібліотеці або використовувати доступ до Інтернету та бази даних. Студенти також використовують методичний матеріал, підготовлений викладачами: підручники, презентації, конспекти лекцій, методичні вказівки до практичних, лабораторних, семінарських занять, індивідуальних завдань тощо. Методичний

	матеріал може надаватись як у друкованому вигляді, так і в електронній формі. Методичний матеріал періодично оновлюється та адаптується до цілей освітньої програми. Студенти мають змогу навчатися дистанційно з використанням платформи MOODLE – системи дистанційної освіти УКД https://online.ukd.edu.ua/
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	В структурі навчальних планів наявні семестрові «вікна мобільності», що настійно рекомендується в Довіднику користувача ЄКТС. Суть їх полягає у виділенні певних семестрів, у яких всі дисципліни є вибірковими. При цьому, освітню програму модуляризовано – всі дисципліни однакового кредитного обсягу, або кратними цього обсягу. Це дає можливість також автоматизувати складання розкладів. Міжнародна кредитна мобільність реалізується в таких формах: – обмін по лінії міжуніверситетської співпраці в рамках прямих двосторонніх угод між ЗВО «УКД» та ЗВО інших країн, що передбачає проходження практики або навчання за кордоном; – обмін по лінії участі УКД у міжнародних проектах академічної мобільності, зокрема Erasmus+, грантових та стипендіальних програмах на навчання та проведення досліджень в університетах Європи та світу.
Міжнародна кредитна Мобільність	
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

КОД Н/Д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота))	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
ОК 2	Іноземна мова	13	Залік, екзамен
ОК 3	Актуальні проблеми історії	3	Залік
ОК 4	Інформаційно-комунікаційні технології	3	Залік
ОК 5	Цінності громадянського суспільства	3	Екзамен
ОК 6	Основи академічного письма	3	Екзамен
ОК 7	Безпека життєдіяльності	3	Залік
ОК 8	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Залік, екзамен
ОК 9	Економічна теорія	3	Залік
ОК 10	Фінансова грамотність	3	Залік
ОК 11	Нетикет	3	Залік
ОК 12	Вища математика	3	Екзамен
ОК 13	Управлінська економіка	6	Екзамен
ОК 14	Сторітелінг та копірайтинг	3	Екзамен
ОК 15	Статистика	3	Залік
ОК 16	Економіка бізнесу	3	Екзамен
ОК 17	Облік та оподаткування	3	Екзамен
ОК 18	Креативне управлінське мислення	3	Залік
ОК 19	Психологія управління	3	Залік
ОК 20	Логістика	3	Екзамен
ОК 21	Маркетинг	6	Екзамен
ОК 22	Менеджмент	3	Екзамен

ОК 23	Технологія прийняття управлінських рішень	3	Екзамен
ОК 24	Лідерство	3	Залік
ОК 25	Інвестиційна діяльність	3	Екзамен
ОК 26	Інноваційна діяльність	3	Залік
ОК 27	Маркетингові дослідження	3	Залік
ОК 28	Фінанси суб'єктів господарювання	3	Екзамен
ОК 29	Проектне фінансування	3	Залік
ОК 30	Управління продажами	3	Залік
ОК 31	Аналітика та автоматизація у маркетингу	12	Залік, екзамен
ОК 32	Диджитал комунікація	6	Екзамен
ОК 33	Диджитал маркетинг	9	Екзамен
ОК 34	Управління споживчим вибором	6	Екзамен
ОК 35	Брендинг	6	Екзамен
ОК 36	Міжнародні маркетингові стратегії	6	Екзамен
ОК 37	Основи національного спротиву	5	Залік
ОК 38	Навчальна практика 1	6	Залік
ОК 39	Навчальна практика 2	6	Залік
ОК 40	Виробнича практика 1	6	Залік
ОК 41	Виробнича практика 2	4,5	Залік
ОК 42	Атестаційний екзамен	1,5	Екзамен
Загальний обсяг		180	
Вибіркові компоненти*			
ВК 1	Навчальна дисципліна вільного вибору	3	Залік
ВК 2	Навчальна дисципліна вільного вибору	3	Залік
ВК 3	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 4	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 5	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 6	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен

ВК 7	Навчальна дисципліна вільного вибору	3	Екзамен
ВК 8	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 9	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 10	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 11	Навчальна дисципліна вільного вибору	6	Екзамен
ВК 12	Навчальна дисципліна вільного вибору	3	Екзамен
Загальний обсяг		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ 240 кредитів			

*Вибіркові компоненти студенти обирають з каталогів вибірових дисциплін, які розміщені на сайті УКД (<https://ukd.edu.ua/katalog-vibirkovikh-disciplin>)

2.2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

2.2.1. Логічна послідовність вивчення компонент освітньої програми

Семестр	Види навчальної діяльності
I	ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ОК 37
II	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ОК 12, ОК 13, ОК 14, ОК 38
III	ОК 8, ОК 15, ОК 16, ОК 17, ОК 18, ОК 19, ОК 20, ОК 21
IV	ОК 7, ОК 8, ОК 22, ОК 23, ОК 24, ОК 25, ОК 26, ОК 27, ОК 28, ОК 39
V	ОК 29, ОК 30, ОК 31, ОК 32, ОК 33
VI	ОК 31, ОК 34, ОК 35, ОК 36, ОК 40, ВК 1, ВК 2
VII	ВК 3, ВК 4, ВК 5, ВК 6, ВК 7
VIII	ОК 41, ОК 42, ВК 8, ВК 9, ВК 10, ВК 11, ВК 12

3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг здійснюється у формі публічного атестаційного екзамену, завершується видачею документу встановленого зразка із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу за освітньою програмою «Диджитал-маркетинг».

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та цією освітньо-професійною програмою.

4. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей	Знання	Уміння	Комунікація	Відповідальність і автономія
Перелік компетентностей	ЗН1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень ЗН2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	УМ1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефаківців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетенції				
ЗК 01				АВ2
ЗК 02				АВ2
ЗК 03		УМ1	К1	
ЗК 04	ЗН1	УМ1		
ЗК 05			К2	АВ1
ЗК 06	ЗН2			
ЗК 07	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК 08		УМ1		
ЗК 09		УМ1		

ЗК 10					K1	
ЗК 11					K2	AB1
ЗК 12					K2	
ЗК 13		ЗН2		УМ1		
ЗК 14				УМ1	K2	AB2
Спеціальні (фахові) компетентності						
СК 01		ЗН1			K1	
СК 02		ЗН2		УМ1	K1	
СК 03				УМ1	K1	
СК 04		ЗН2			K1	AB2
СК 05		ЗН2		УМ1		
СК 06		ЗН2		УМ1	K1	
СК 07		ЗН2		УМ1	K1	
СК 08		ЗН2		УМ1	K1	AB1
СК 09		ЗН1			K1	
СК 10		ЗН1		УМ1		
СК 11		ЗН2		УМ1	K1	
СК 12				УМ1	K2	AB1
СК 13				УМ1	K1	AB1
СК 14				УМ1	K1	AB1
СК 15		ЗН1		УМ1	K2	AB1

маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.			
5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.		
6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.		
7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та застосування маркетингового інструментарію.		

		+		
	+	+	+	
	+	+	+	
	+		+	
+				
+				
	+		+	
			+	
+			+	+
		+		+
+				
			+	
				+
		+		
		+		
		+		
+	+		+	+
+	+		+	
+				+
+			+	
			+	
8 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	9 Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	10 Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	11 Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	12 Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення,

			+		+
	+	+		+	
	+	+		+	
					+
	+				
				+	
		+		+	
					+
	+		+	+	
			+		
		+			+
		+			
	+	+		+	
		+		+	
			+		
			+		
				+	
Відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.					
13 Відповісти за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.					
14 Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.		+			
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.					
16 Відповісти вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.				+	
17 Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною					

[illegible]

	И К	3 К 1	3 К 2	3 К 3	3 К 4	3 К 5	3 К 6	3 К 7	3 К 8	3 К 9	3 К 1 0	3 К 1 1	3 К 1 2	3 К 1 3	3 К 1 4	3 К 1 5
OK 16				+			+	+								
OK 17				+			+	+								
OK 18				+	+		+	+							+	
OK 19				+	+		+	+						+	+	
OK 20																
OK 21				+	+		+	+						+	+	
OK 22				+	+		+	+						+	+	
OK 23				+	+		+	+						+	+	
OK 24					+		+	+						+	+	
OK 25				+			+	+								
OK 26				+			+	+								
OK 27		+			+			+						+	+	
OK 28				+			+	+								
OK 29				+			+	+								
OK 30				+			+	+						+	+	
OK 31							+	+							+	+

[illegible]

7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньої програми

	ПРН 01	ПРН 02	ПРН 03	ПРН 04	ПРН 05	ПРН 06	ПРН 07	ПРН 08	ПРН 09	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19
ОК1																	+		
ОК2																	+		
ОК3															+	+			
ОК4							+												
ОК5															+				
ОК6			+														+		
ОК7															+				
ОК8																	+		
ОК9		+									+								
ОК10		+																	
ОК11							+			+					+			+	
ОК12		+																	
ОК13		+									+								
ОК14			+				+			+									
ОК15		+				+													
ОК16		+				+					+								
ОК17		+				+					+								

[illegible]

	ИП 01	ИП 02	ИП 03	ИП 04	ИП 05	ИП 06	ИП 07	ИП 08	ИП 09	ИП 10	ИП 11	ИП 12	ИП 13	ИП 14	ИП 15	ИП 16	ИП 17	ИП 18	ИП 19
OK 36			+												+			+	+
OK 37																		+	
OK 38		+	+			+	+	+	+	+	+	+					+		
OK 39		+	+			+	+	+	+	+	+	+					+		+
OK 40		+	+			+	+	+	+	+	+	+					+		+
OK 41		+	+			+	+	+	+	+	+	+					+		+
OK 42	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+

8. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У ЗВО «Університет Короля Данила» функціонує система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, яка регулюється Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Закладу вищої освіти «Університет Короля Данила», затвердженим наказом № 36/од від 29.05.2026 р, Положенням про Центр внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті Короля Данила та Політикою культури внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Закладу вищої освіти “Університет Короля Данила”.

Ця система 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 кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання порушенням вимог академічної доброчесності з боку працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів. Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

**9. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ,
НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

1. Закон України «Про вищу освіту. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Класифікація видів економічної діяльності: національний класифікатор України КВЕД 009:2010. URL : <http://sfs.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/pereliki-/128651.html>.
4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
5. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
7. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / Авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. Київ: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014.
8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstvaosvit-i-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>
9. Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» // База даних Міністерства освіти і науки України// URL:<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
10. Положення про розроблення та реалізацію освітніх програм в УКД від 31.01.2019. База даних ПВНЗ «УКД». URL: https://iful.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/Polozhennya-prorozroblennya-osvitnoyi-programy-v-UKD_1.pdf

Результати навчання мають співвідноситися з компетентностями випускника.

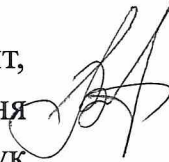
Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1,2.

гарант освітньої програми, керівник
робочої групи, кандидат економічних
наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та
управління факультету суспільних і
прикладних наук ЗВО «Університет
Короля Данила»



Наталія ЮРЧЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри бізнесу та управління
факультету суспільних і прикладних наук
ЗВО «Університет Короля Данила»



Ірина ПОПАДИНЕЦЬ

кандидат економічних наук, доцент
кафедри бізнесу та управління факультету
суспільних і прикладних наук ЗВО
«Університет Короля Данила»



Тарас ВОРОБЕЦЬ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління та
адміністрування факультету суспільних і
прикладних наук ЗВО «Університет
Короля Данила»



Тарас ІВАШКІВ

здобувачка ВО за даною ОПП факультету
суспільних і прикладних наук ЗВО
«Університет Короля Данила»



Марія МАКСИМ'ЮК

Таблиця - Змін до освітньої програми
Таблиця - Змін до освітньої програми “Диджиталізація підприємництва” (рік
внесення змін - 2026)

Розділ ОП, до якого пропонуються зміни	Редакція пункту розділу у чинній ОП	Запропонована редакція пункту розділу	Обґрунтування внесення змін
Розділ 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	Метою освітньої програми є формування середовища для розвитку успішного та кваліфікованого маркетолога, здатного розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, охарактеризовані комплексністю та невизначеністю умов цифрового середовища	Підготувати компетентних фахівців у галузі діджитал маркетингу, які здатні створювати та реалізовувати інноваційні маркетингові стратегії в цифровому середовищі, розвивати власні підприємницькі ініціативи та сприяти сталому розвитку України через відповідальне та етичне використання цифрових технологій.	Удосконалено мету ОП за пропозицією гаранта на відкритому обговоренні
Розділ 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	1210.1 Начальник агентства (рекламно-інформаційного). 1233 Директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу. 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю). 1317	3413 Агенти з торгівлі майном 3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3436.1 Помічники керівників підприємств,	Зміна зумовлена необхідністю привести кодифікацію у відповідність до бакалаврського рівня. Відповідно вилучено коди, які стосуються магістерського рівня і вище, натомість додано ті коди, які стосуються маркетолога і рекламіста в сучасних умовах

	Директор малої фірми (рекламної); керуючий агентством (рекламним).	установ та організацій 3415 Технічні та торговельні представники 3419 Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери Випускники освітньо-професійної програми мають право обіймати посади, у т. ч. керівні, пов'язані з плановою-аналітичною та проектною діяльністю на підприємствах, в установах і організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
Розділ 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	-	ЗК 16. Здатність до національного спротиву	Зміна внесена з метою приведення освітньої програми у відповідність до вимог законодавства України щодо підготовки громадян до національного спротиву, зокрема Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо окремих питань підготовки громадян до національного спротиву», а також забезпечення формування у здобувачів освіти базових безпекових компетентностей, ОК 37 Основи

		національного спротиву	
Розділ 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	-	<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 володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <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	Зніна зумовлена необхідністю доповнення об'єктом, цілями, методиками навчання відповідно до стандарту

		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> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.	
Розділ 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		Системна інтеграція аналітики, стратегічного планування та комунікацій (маркетингові дисципліни включають теми, що навчають вибудовувати маркетингові плани та приймати рішення на основі даних, а не лише креативу)	Введено додаткову особливість освітньої програми. Зміну обумовлено необхідністю підсилити складову “Особливості програми” пунктами, що підкреслюють унікальність програми
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	ОК 9 Цінності громадянського суспільства (3 сем)	1 семестр	Дисципліну перенесено на перший курс за пропозицією гаранта у зв'язку з

			необхідністю перенести психологію управління на 2й курс для кращого сприйняття студентами і можливості читання потоком
Розділ ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	2. ОК 24 Сторітелінг та копірайтинг (2 курс)	ОК 24 Сторітелінг та копірайтинг (1 курс)	Зміну обумовлено проханням ЗО мати фахові дисципліни починаючи з 1го курсу, запит висловлено на обговоренні ОП
Розділ ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	2. Макро-мікроекономіка та	Управлінська економіка	Зміна зумовлена необхідністю оновлення та розширення змістового наповнення освітньої компоненти з орієнтацією на прикладні аспекти економічного аналізу та прийняття управлінських рішень
Розділ ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	2. Ораторська майстерність	Іноземна мова (за проф. спрямуванням)	Зміну обумовлено запитом здобувачів освіти щодо збільшення обсягу та тривалості вивчення іноземної мови, запит висловлено на обговоренні ОП
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Цифровізація бізнес-процесів	Логістика	Прийнято рішення про заміну ОК на відкритому обговоренні, зміна обумовлена тим, що компетенції, які закривала ця ОК ввійшли в об'єднані ОК Диджитал маркетинг, та ОК Аналітика та автоматизація у

			маркетингу, які повністю відповідає специфіці ОП, ОК Логістика введено у відповідь на необхідність забезпечити розуміння розподільчих процесів у маркетингу
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Технологія прийняття рішень	Технологія прийняття управлінських рішень	Зміна зумовлена необхідністю уточнення та конкретизації змісту освітньої компоненти шляхом її переорієнтації на управлінський контекст із збереженням обсягу кредитів, що дозволить посилити прикладну спрямованість дисципліни та забезпечити формування у здобувачів вищої освіти навичок ухвалення ефективних управлінських рішень
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Фінанси суб'єктів господарювання (5 сем)	Фінанси суб'єктів господарювання (4 сем)	Зміна внесена внаслідок відкритого обговорення, оскільки ОК Проектне фінансування є прикладним продовженням цієї ОК, тому має викладатися після формування базових фінансових компетентностей
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Практична частина БЗВП	Навчальна практика 2	Зміна обумовлена виведенням на державному рівні з переліку обов'язкових

			компонент практичну частину ОК Базова загальновійськова підготовка / Домедична допомога та тактична медицина та необхідністю збільшення практично-орієнтованої складової програми
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Маркетинг інтернет середовища Диджитал комунікація Маркетинг у електронній комерції	Диджитал маркетинг	Об'єднання в один курс дисциплін, що мають спільне спрямування і доповнюють одна одну проведені з врахування пропозиції з обговорення ОП
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Цифрові технології та інструменти в маркетингу Оцінювання ризиків у цифровому середовищі	Аналітика та автоматизація у маркетингу	Об'єднання ОК відбулося у відповідь на прохання стейкхолдерів, висловлене на обговоренні ОП про збільшення складової маркетингової цифрової аналітики
Розділ 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОП	Брендинг (3 кредити ЄКТС)+ Креативний Direction	Брендинг (6 кредитів ЄКТС)	Прийнято рішення про виведення ОК Креативний Direction на відкритому обговоренні, щоб підсилити фахову складову ОП

Гарант ОП

Завідувач кафедри

Директор Центру внутрішнього забезпечення якості ВО

Проректор з навчально-методичної роботи

Наталія ЮРЧЕНКО

Ірина ПОПАДИНЕЦЬ

Наталія ГАВАДЗИН

Ярослав ШТАНЬКО