

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти сертифікована на відповідність
ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ
Голова вченої ради



Анатолій МАЗАРАКІ

(протокол № 9 від «29» 05 2025 р.)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

Спеціальність **D5** Маркетинг
Галузь знань **D** Бізнес, адміністрування та право
Рівень вищої освіти – Перший (бакалаврський)



Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2025 р.
В. о. директора ВСП «ХТЕФК ДТЕУ» Капіталіна ГУРОВА
(наказ № 1205 від «29» 05 2025 р.)

НАКАЗ ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»
№ 95-С від 24.06.2025р.

Харків 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено

Перший проректор з науково-педагогічної роботи ДТЕУ

Наталія ПРИТУЛЬСЬКА

(підпис)

27 05 2025 р.

Погоджено

Проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків ДТЕУ

Анжеліка ГЕРАСИМЕНКО

(підпис)

20 05 2025 р.

Погоджено

Начальник навчального відділу ДТЕУ

Сергій КАМІНСЬКИЙ

(підпис)

14 05 2025 р.

Погоджено

Начальник навчально-методичного відділу ДТЕУ

Тетяна БОЖКО

(підпис)

15 05 2025 р.

Погоджено

Завідувач відділення економіки та бізнесу ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»

Тетяна БОЛОТОВА

(підпис)

18 04 2025 р.

Погоджено

Голова циклової комісії економіки, управління та адміністрування ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»

Марина МЕЛЬНИЧУК

(підпис)

17 04 2025 р.

Погоджено

Керівник робочої групи з розробки, розвитку освітньо-професійної програми

Тетяна МІТЯЄВА

(підпис)

17 05 2025 р.

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу ДТЕУ

Олена БОНДАРЕНКО

(підпис)

13 05 2025 р.

Погоджено

Директор ТОВ «Виробничо-комерційна фірма Молнія»

Дмитро КОРЧАГІН

(підпис)

17 04 2025 р.

Погоджено

Виконавчий директор мережі супермаркетів «Класс»

Сергій МАКЄСВ

(підпис)

17 04 2025 р.

Погоджено

Голова Ради студентського самоврядування ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»

Сергій КУЛІНЧЕНКО

(підпис)

17 04 2025 р.

Погоджено

Виконавчий директор мережі супермаркетів «Класс»

Сергій МАКЄСВ

(підпис)

17 04 2025 р.



1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1- ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Відокремлений структурний підрозділ «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету»
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти Кваліфікація – Бакалавр маркетингу
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає стандарту вищої освіти МОН України (наказ № 1343 від 05.12.2018 р.)
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми – 240 кредитів ЄКТС. Нормативний строк підготовки 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Не акредитована
Цикл, рівень вищої освіти	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови вступу на освітню програму	Повна загальна середня освіта Освітньо-кваліфікаційний рівень молодший спеціаліст Фахова передвища освіта Вища освіта
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступного планового оновлення
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://vstup.htek.com.ua/bakalavr/
2-МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Підготовка фахівців, що володіють концептуальними науковими та практичними знаннями у сфері маркетингу, а також поглибленими прикладними навичками та інноваційністю на рівні, необхідному для провадження ефективної маркетингової діяльності.	

3-ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Предметна область

Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.

Методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Орієнтація освітньої програми

Освітньо-професійна. Програма базується на теоретичних засадах національних і закордонних наукових шкіл маркетингу та узагальненні практичного досвіду у сфері маркетингу; формує актуальні на ринку праці компетентності, що необхідні для здійснення професійної діяльності у сфері маркетингу з урахуванням змін зовнішнього середовища.

Основний фокус освітньої програми

Програма спрямована на всебічне вивчення маркетингу як синтезу аналітичної, комунікативної та управлінської діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Ключові слова: маркетинг, продакт та бренд менеджмент, контент-маркетинг, цифровий маркетинг, Data Driven маркетинг, маркетингова стратегія та планування, маркетинг послуг, міжнародний маркетинг.

Особливості програми

Програма передбачає динамічне, інтегративне та інтерактивне навчання; збагачення змісту освітніх компонент знаннями, отриманими у неформальній освіті шляхом проходження онлайн-курсів за кожною навчальною дисципліною; поглиблене вивчення англійської мови за фахом.

Формування високої адаптивності здобувачів освіти в умовах трансформації ринку праці через взаємодію з роботодавцями та іншими стейкхолдерами.

Проходження практичної підготовки в національних і закордонних організаціях сфери гостинності; набуття професійних компетентностей у Навчально-виробничому центрі моделювання та бізнес-симуляцій.

4-ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ

Придатність до працевлаштування

Відповідно до Національного класифікатору України «Класифікатор професій» ДК 003:2010 випускники придатні до працевлаштування на посади: 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій

1475 Менеджер (управитель) з маркетингу
1476.1 Менеджер (управитель) з реклами
3415 Мерчендайзер
2419.2 Рекламист
2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
2419.2 Консультант з маркетингу
3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
3429 Агент рекламний
Подальше навчання
Можливість продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5-ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ
Викладання та навчання
Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання). Організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
Оцінювання
Екзамени, заліки, усні презентації, поточний контроль (тестування, розв'язання задач та ситуаційних вправ, кейсів, дискусії, публічні виступи, есе), атестація у формі атестаційного екзамену. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти здійснюється за 100 бальною шкалою.

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.
ЗК2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
ЗК11	Здатність працювати в команді.
ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
ЗК15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності
<i>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</i>	
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 проваджувати 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 інноваційної 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.
СК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
СК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7-ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
P1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
P2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
P3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
P4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
P5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
P6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
P7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
P8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
P9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
P10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
P11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
P12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
P13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
P14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
P15	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.
P16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
P18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8- РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
<i>Кадрове забезпечення</i>	
Реалізацію програми забезпечують педагогічні працівники, що мають повну вищу освіту (науковий ступінь та/або вчене звання) за відповідною спеціальністю, а також висококваліфіковані залучені фахівці-практики. З метою підвищення фахового рівня всі педагогічні працівники постійно підвищують свою кваліфікацію.	
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	
Навчальні аудиторії, оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, Wi-Fi, комп'ютерні кабінети – технікою із сучасним версіями фахового програмного забезпечення. Наявність бібліотеки, гуртожитку, медпункту, закритої спортивної та тренажерної зали, спортивного майданчику.	
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	
Освітньо-професійна програма повністю забезпечена навчальною літературою, релевантними інформаційними ресурсами та навчально-методичними матеріалами з навчальних дисциплін, які викладаються. Освітня програма забезпечена сучасними універсальними та спеціалізованими програмними продуктами, необхідними для набуття професійних компетентностей щодо прийняття та імплементації фахових рішень. Наявна мережа інформаційно-комунікаційних систем та обладнанням задля ефективного управління освітнім процесом:	
1. Портал навчальних ресурсів (на базі LMS Moodle), що забезпечує реалізацію дистанційного навчання та супровід самостійної роботи здобувачів освіти.	
2. Програмний комплекс «Автоматизована система управління закладом освіти» (розробник ТОВ «МКР», м. Харків), який забезпечує керування закладом освіти в єдиному інформаційному просторі (модулі Деканат, Документообіг, Навчально-методичний підрозділ, Відділ кадрів) і Web-портал (розклад навчальних занять, навчальних планів, Персональний кабінет здобувача освіти: стан поточної успішності, запис на вибіркові освітні компоненти, довідки, Рейтинг викладача).	
3. Корпоративна версія хмарного Office 365 для всіх працівників і здобувачів освіти коледжу (включаючи як стандартні офісні застосунки Word, Excel, Sway, так і просунуті Dynamics 365, Power BI, Azure Active, Power Apps).	
9-АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	
Здійснюється у рамках українського освітнього законодавства. Є доцільною, коли виникає необхідність опанування здобувачами освіти принципово нових освітніх компонент, які не викладаються у коледжі.	

Міжнародна кредитна мобільність

Академічна мобільність здобувачів освіти здійснюється в рамках угод про співробітництво базового закладу освіти, а також коледжу з іноземним закладом освіти (групою закладів освіти різних країн), а також в рамках міжурядових угод про співробітництво в галузі освіти.

Визнання результатів навчання в рамках міжнародного співробітництва здійснюється з використанням ЄКТС або з використанням системи оцінювання результатів навчання здобувачів освіти, прийнятої у країні закладу освіти-партнера, якщо в ній не передбачено застосування цієї системи.

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти

Не проводиться.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент ОП

Код	Освітні компоненти програми	Кредити ЄКТС	Форма контролю
<i>Обов'язкові компоненти</i>			
ОК 1	Академічне письмо та навички презентації	5	Екзамен
ОК 2	Демократія, права людини та культурний код країни	5	Екзамен
ОК 3	Економікс	5	Екзамен
ОК 4	Філософські студії	5	Екзамен
ОК 5	Менеджмент	5	Екзамен
ОК 6	Культура безпечного життя	5	Екзамен
ОК 7	Фахові комунікації іноземною мовою	10	Екзамен
ОК 8	Маркетинг	5	Екзамен
ОК 9	Економіка суб'єктів господарювання	5	Екзамен
ОК 10	Поведінка споживачів	5	Екзамен
ОК 11	Економетрика	5	Екзамен
ОК 12	Цифрове суспільство, культура та комунікації	5	Екзамен
ОК 13	Організаційна поведінка	4	Екзамен
ОК 14	Правове забезпечення професійної діяльності	4	Екзамен
ОК 15	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 16	Продакт та бренд менеджмент	5	Екзамен
ОК 17	Управлінський обік	5	Екзамен
ОК 18	Контент-маркетинг	5	Екзамен
ОК 19	Мерчандайзинг	5	Екзамен
ОК 20	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
ОК 21	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ОК 22	Data Siense та аналіз даних у маркетингу	5	Екзамен
ОК 23	Цифровий маркетинг	5	Екзамен
ОК 24	Логістика та управління ланцюгами постачань	5	Екзамен
ОК 25	Управління ризиками	5	Екзамен
ОК 26	Data Draven маркетинг	5	Екзамен
ОК 27	Маркетинг послуг	5	Екзамен
ОК 28	Маркетингова стратегія та планування	5	Екзамен
ОК 29	Міжнародний маркетинг	5	Екзамен
ОК 30	Дизайн-мислення для інновацій	5	Екзамен
ОК 31	Фаховий тренінг	5	Екзамен
ОК 32	Фізичне виховання	–	Залік
ОК 33	Практична підготовка: тренінг з безпековості професійної діяльності	2	Залік
ОК 34	Практична підготовка: тренінг з хмарних технологій та цифрових бізнес-комунікацій	3	Залік

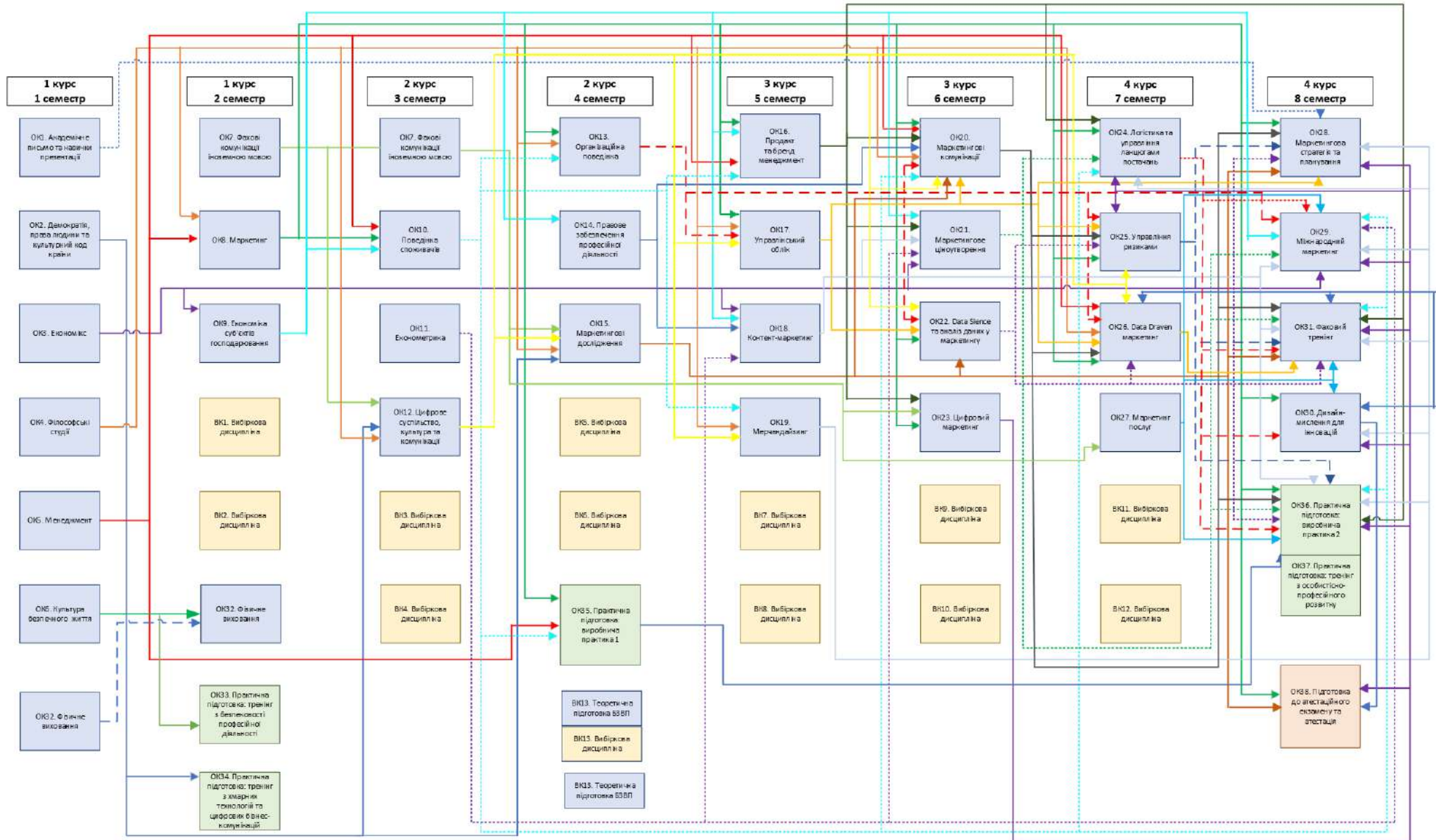
Код	Освітні компоненти програми	Кредити ЄКТС	Форма контролю
ОК 35	Практична підготовка: виробнича практика 1	5	Залік
ОК 36	Практична підготовка: виробнича практика 2	5	Залік
ОК 37	Практична підготовка: тренінг з особистісно-професійного розвитку	2	Залік
ОК 38	Підготовка до атестаційного екзамену та атестація	3	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		177	
<i>Вибіркові компоненти</i>			
ВК 1	Вибірковий освітній компонент 1	5	Залік
ВК 2	Вибірковий освітній компонент 2	5	Залік
ВК 3	Вибірковий освітній компонент 3	5	Залік
ВК 4	Вибірковий освітній компонент 4	5	Залік
ВК 5	Вибірковий освітній компонент 5	5	Залік
ВК 6	Вибірковий освітній компонент 6	5	Залік
ВК 7	Вибірковий освітній компонент 7	5	Залік
ВК 8	Вибірковий освітній компонент 8	5	Залік
ВК 9	Вибірковий освітній компонент 9	5	Залік
ВК 10	Вибірковий освітній компонент 10	5	Залік
ВК 11	Вибірковий освітній компонент 11	5	Залік
ВК 12	Вибірковий освітній компонент 12	5	Залік
ВК 13	Теоретична підготовка БЗВП*	3	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент		63	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	
Базова загальноїсськова підготовка			
	Практична підготовка БЗВП**	7	Залік

*освітній компонент є обов'язковим для громадян України чоловічої статті, які не мають підстав для звільнення від базової загальноїсської підготовки відповідно до чинного законодавства України; для усіх інших здобувачів та здобувачок – вибіровим (Теоретична підготовка БЗВП або освітній компонент з каталогу вибірових освітніх компонент).

**освітній компонент є обов'язковим для громадян України чоловічої статті, які не мають підстав для звільнення від базової загальноїсської підготовки відповідно до чинного законодавства України; для усіх інших здобувачів та здобувачок – добровільно.

Перелік освітніх вибірових компонент представлений в Каталозі вибірових освітніх компонент освітньо-професійних програм першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ВСП «ХТЕФК ДТЕУ».

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та освітньо-професійною програмою.

Розроблено робочою групою у складі

1. Мітяєва Тетяна Леонідівна – голова робочої групи, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування ВСП «ХТЕФК ДТЕУ», кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії.

2. Болотова Тетяна Миколаївна – завідувач відділення економіки та бізнесу, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування ВСП «ХТЕФК ДТЕУ», кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії.

3. Бережна Юлія Геннадіївна – викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування ВСП «ХТЕФК ДТЕУ», кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії.

4. Кузьменко Ігор Анатолійович – здобувач фахової передвищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» академічної групи МР-23.

5. Романів Олена Володимирівна – здобувачка фахової передвищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» академічної групи МР-23.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Корчагін Дмитро Георгійович – директор ТОВ «Виробничо-комерційна фірма Молнія».

2. Макеєв Сергій Юрійович – виконавчий директор мережі супермаркетів «Класс».

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ВИБІРКОВИХ КОМПОНЕНТ

Код	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС
ВК 1	Soft Skills	3
ВК 2	Аналіз бізнес-циклів та очікувань	5
ВК 3	Ведення первинної облікової документації	5
ВК 4	Візуалізація даних	3
ВК 5	Внутрішньогосподарський контроль	5
ВК 6	Документообіг та документознавство	5
ВК 7	Економічна психологія	5
ВК 8	Захист прав споживачів	5
ВК 9	Івент-менеджмент	5
ВК 10	Керування цифровими трансформаціями	3
ВК 11	Кредитування суб'єктів господарювання	5
ВК 12	Кризис-менеджмент	5
ВК 13	Кроскультурний менеджмент	5
ВК 14	Кроскультурний менеджмент	5
ВК 15	Маркетинг взаємовідносин	5
ВК 16	Облік на підприємствах малого бізнесу	5
ВК 17	Оподаткування фізичних осіб-підприємців	3
ВК 18	Організація підприємницької діяльності	5
ВК 19	Основи Pay Per Click	5
ВК 20	Основи Social Media Marketing	5
ВК 21	Основи дизайну	5
ВК 22	Основи дизайну інтер'єру	5
ВК 23	Основи інвестування	5
ВК 24	Основи контролінгу	5
ВК 25	Основи лідерства та тимбілдингу	5
ВК 26	Основи міжнародної економіки	5
ВК 27	Основи підприємництва	5
ВК 28	Основи протидії цифровому шахрайству	5
ВК 29	Основи фінансових технологій	5
ВК 30	Офіс-менеджмент	5
ВК 31	Психологія спілкування	5
ВК 32	Стартап-менеджмент	5
ВК 33	Сучасні економічні теорії	5
ВК 34	Техніки продажів	5
ВК 35	Цифрові послуги та рішення для бізнесу	3
ВК 36	Ціноутворення	5

