

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор ВНЗ «НАУ»

С.А. Єрохін

«31» серпня 2020 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВІСНОВОЮ РАДОЮ ВНЗ «НАУ»

Протокол № 6 від 31.08.2020 р.



Київ 2020

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Спеціалізація
Кваліфікація

Другий (магістерський)
07 Управління та адміністрування
075 Маркетинг
Магістр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Групою забезпечення зі спеціальності
«Маркетинг»
Голова групи забезпечення



М.М.Єрмошенко
«27» серпня 2020 р.

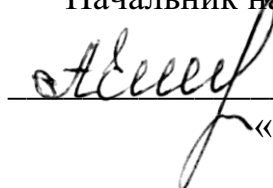
ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри маркетингу,
економіки, управління та
адміністрування
М.М.Єрмошенко
«27» серпня 2020 р.



ПОГОДЖЕНО

Начальник навчального відділу
О.М.Антонова
«27» серпня 2020 р.



ЗАТВЕРДЖЕНО ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказом ректора ВНЗ «Національна академія управління» від 31 серпня
2020 року № 49-ОД

*Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково
відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ВНЗ «Національна академія
управління».*

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти напрямку 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», розроблена на основі Стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10 липня 2019 року, № 960, робочою групою ОП у складі групи забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг» ВНЗ «Національна академія управління»:

Склад робочої групи ОП:

Гарант програми (голова групи забезпечення):

Єрмошенко Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування

Костинець Юлія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

Серкуган Тетяна Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

Іванишина Галина Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

Ковалевська Яніна Петрівна, здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня ОП «Маркетинг», 2 курс;

Рябих Денис Володимирович, представник студентського самоврядування в робочій групі ОП.

Рецензенти:

Л. Ільчук – кандидат політичних наук, в.о. директора Науково-дослідного інституту праці і зайнятості населення Мінсоцполітики і НАН України

Д.В. Солоха – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки Донецького державного університету управління

О.В. Миргородський – директор управління маркетингу ТОВ «ЕКО», м. Київ

А. Гуцул – директор ПП «Економічний вісник» (Ekvis Studio)

Й.Г. Пінтус – генеральний директор інформаційного агентства «РБК-Україна»

І. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ

075 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління", факультет економіки та інформаційних технологій, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний, 90 кредитів ECTS
Наявність акредитації	Відсутня
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, QF-LLL – Level 7; FQ-EHEA – другий цикл,
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1 рік і 4 місяці
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nam.kiev.ua/marketing.html
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог, задля управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<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 фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними

	<p>компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією.</p> <p>Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.</p>
Основний фокус освітньої програми	<p>Спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг».</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетинговий менеджмент, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія.</p>
Особливості програми	<p>Програма передбачає набуття здобувачами загальних і професійних компетентностей, необхідних для ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу</p>
<p>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники ОП, озброєні фундаментальними та прикладними знаннями, інструментарієм аналізу у сфері маркетингової діяльності господарюючого суб'єкта можуть працювати у всіх сферах національної</p>

	<p>економіки.</p> <p>Згідно з Національним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники можуть працювати за такими групами професій:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу;</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>131 Керівники малих підприємств без апарату управління;</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління;</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами;</p> <p>2419 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;</p> <p>2419.1 Наукові співробітники</p>
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі навчальних занять, самостійної роботи, практичної підготовки, контрольних заходів. Основними видами навчальних занять є: лекції, лабораторні, семінарські, практичні, індивідуальна робота, дискусії, ділові ігри, проєктні роботи, майстер-класи, консультації. Практична підготовка здійснюється шляхом проходження практики здобувачами на підприємствах, в установах та організаціях.
Оцінювання	Поточне, модульне, підсумкове та атестація
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог
Загальні компетентності, визначені Стандартом вищої освіти (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p>

	<p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності за вибіркоким блоком (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>СК1.1. Здатність до ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу</p> <p>СК1.2. Здатність демонструвати глибокі знання сучасних теоретичних, методологічних, методичних та маркетингових засад функціонування і розвитку ринкової економіки та світового господарства</p> <p>СК1.3. Здатність ефективної комунікації, організації роботи, навчання персоналу та побудови ефективних комунікативних зв'язків</p> <p>СК1.4. Здатність до глобального аналітичного мислення, обробки великих масивів даних, систематизації інформації, проведення маркетингових досліджень, оцінювання та прогнозування ринкової</p>

	<p>кон'юнктури за допомогою сучасних інформаційних технологій і систем, спеціалізованого програмного забезпечення</p> <p>СК1.5. Здатність застосовувати сучасні діджитал-технології для ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу</p> <p>СК1.6. Здатність до формування маркетингових бюджетів, оцінювання маркетингових проєктів, визначення ефективності фінансових інструментів маркетингової діяльності</p> <p>СК1.7. Здатність застосовувати знання законодавства у сфері інтелектуальної власності, авторського права та патентознавства</p>
<p>7. Програмні результати навчання</p>	
<p>Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)</p>	<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття</p>

	<p>маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p>
<p>Програмні результати навчання за вибіркоким блоком дисциплін (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>ПР 1.1. Вміти налагоджувати професійні комунікації в процесі практичної діяльності на всіх рівнях взаємодії, розробляти стратегію і тактику маркетингових комунікацій суб'єктів ринкових відносин</p> <p>ПР 1.2. Розв'язувати складні проблеми та задачі у професійній сфері із застосуванням сучасних інформаційних технологій та спеціального програмного забезпечення, методів та прийомів в умовах невизначеності</p> <p>ПР 1.3. Здійснювати управління діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж на засадах маркетингу, визначати критерії та показники оцінювання її ефективності.</p> <p>ПР 1.4. Розуміти шляхи й моделі інтеграції України в європейський та глобальний економічний простір і місце економіки України на світових ринках</p> <p>ПР.1.5. Вміти відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних завдань в сфері управління на засадах маркетингу</p>

	<p>ПР1.6. Застосовувати отримані знання для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективного ведення бізнесу</p> <p>ПР1.7. Виявляти знання і розуміння та навички правозастосування норм авторського, патентного права та права інтелектуальної власності в процесі управління на засадах маркетингу</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічна база Академії відповідає санітарно-епідеміологічним нормам та вимогам пожежної безпеки провадження освітньої діяльності. В Академії забезпечено умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами.</p> <p>Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії.</p> <p>Освітній процес здійснюється в навчальних корпусах, на базах практик, забезпеченість складає 100%.</p> <p>Забезпеченість комп'ютерами наявного контингенту здобувачів вищої освіти та науково-педагогічного персоналу складає 100%, створено умови до вільного доступу до Мережі Інтернет, в Академії діє Wi-Fi мережа.</p> <p>Освітній процес провадиться за розкладом з дотриманням норм охорони праці.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується соціальною інфраструктурою: науковою бібліотекою,</p>

	<p>читальним залом, спортивним залом та стадіоном, актовою залою, пунктом громадського харчування, медичним пунктом, гуртожитком, центром студентського самоврядування «SMART STUDENT HAV».</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується функціонуванням в Академії інклюзивного універсального дизайну та розумного пристосування для потреб учасників освітнього процесу.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти також передбачає інформаційно-іміджеву підтримку всеукраїнського молодіжного інформаційного видання – журналу «Я, Студент».</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Інформаційне забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти відповідає технологічним вимогам ліцензійних умов щодо цього виду діяльності. В Академії працює веб-сайт, на якому розміщена інформація про її діяльність, освітні програми, робочі програми навчальних дисциплін, інформація щодо вступу, вартості навчання, інформація для здобувачів вищої освіти, новини та наукову діяльність Академії.</p> <p>Наукова бібліотека Академії використовує електронний каталог організований на базі автоматизованої бібліотечно-інформаційної системи ІРБІС.</p> <p>Інформаційне забезпечення Освітніх програм передбачає використання спеціалізованих програмних продуктів.</p> <p>Науково-педагогічні та педагогічні працівники використовують корпоративне середовище Office 365 (підпрограми Google Meet, Google Class та інші), Zoom та інші для забезпечення освітнього процесу.</p> <p>Для забезпечення господарської діяльності Академії використовуються спеціалізовані фінансово-банківські та бухгалтерські програми.</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється на загальних підставах в межах України на основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти зарубіжних країн, зокрема: - двосторонній договір між ВНЗ «Національна академія

	управління» та WSB University (Польща) - меморандум про співпрацю між ВНЗ «Національна академія управління» та JiangXI Fenglin College of Foreign Economy and Trade (Китай)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливо за умови володіння іноземцем українською мовою на рівні, достатньому для засвоєння знань
10. Форми атестації здобувачів вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>
11. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	
Процедури та заходи	Система внутрішнього забезпечення якості полягає у: розробці, затвердженні, моніторингу, перегляді, оновленні та закритті Освітніх програм, формуванні індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти, формуванні якісного контингенту здобувачів вищої освіти, наявності системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, забезпеченні якості кадрового складу, підвищенні кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників, ресурсного забезпечення організації якісного освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти, оцінюванні управлінської діяльності керівних працівників, дотримання академічної доброчесності, інформаційному забезпеченні освітньої діяльності, забезпеченні публічності та прозорості діяльності Академії, участі Академії у національних та міжнародних рейтингових дослідженнях вищих навчальних закладів.

12. Вимоги професійних стандартів

Професійний стандарт	На національному рівні професійний стандарт відсутній На міжнародному рівні EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (EMC), і яка враховує рекомендації Європейської рамки кваліфікацій (EQF) та інших європейських кваліфікаційних проектів.
Особливості стандарту вищої освіти, пов'язані з наявністю даного Професійного стандарту	Перелік компетентностей та програмних результатів відповідає дескрипторам Національної рамки кваліфікацій (НРК), яка співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF) та відповідає критеріям EMQF.

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

1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Перелік компонент освітньо-професійної програми			
1	2	3	4
Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
1. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1.1. Обов'язкові навчальні дисципліни загальної підготовки			
ОЗП-1	Стратегічне управління	4	диференційований залік
ОЗП-2	Іноземна мова професійного спрямування	4	екзамен
ОЗП-3	Методологія та організація наукових досліджень	5	екзамен
	Усього за ОЗП	13	
2. ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ			
2.1. Обов'язкові навчальні дисципліни професійної підготовки			
ОПП-1	Маркетинговий менеджмент	6	екзамен
ОПП-2	Рекламний менеджмент	4	диференційований залік
ОПП-3	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОПП-4	Товарна інноваційна політика	4	диференційований залік
ОПП-5	Маркетинг персоналу	4	екзамен
ОПП-6	Маркетингові інформаційні системи в управлінні підприємствами	4	диференційований залік
	Усього за ОПП	28	
2.2. Вибіркові навчальні дисципліни			
(Перелік вибірових навчальних дисциплін Освітньої програми міститься у Додатку до ОП)			
ВПП-1	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВПП-2	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВПП-3	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВПП-4	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВПП-5	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВПП-6	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
	Усього за ВПП	24	
2.3. Освітні компоненти практичної підготовки			
ПП-1	Виробнича практика	9	диференційований залік
2.4. Виконання кваліфікаційної роботи та атестація			
КР-1	Виконання кваліфікаційної роботи та атестація (у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи)	16	захист
	Усього за ПП та КР	25	
Всього за освітньо-професійною програмою		90	

2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Курс	Семестр	Пререквізити	Освітні компоненти/ Кореквізити	Кількість кредитів	Постреквізити
1	2	3	4	5	6
1	1		ОЗП-1	4	ОПП-3, ВПП-1, ВПП-2, ВПП-3, ВПП-4, ВПП-5, ВПП-6, ОЗП-3
			ОЗП-2	4	
			ОПП-1	6	
			ОПП-2	4	
			ОПП-4	4	
			ОПП-5	4	
Разом за 1 семестр				30	
1	2	ОЗП-1, ОЗП-2, ОПП-2, ОПП-1, ОПП-4, ОПП-5, ОПП-6	ОПП-3	6	ПП-1, КР-1
			ВПП-1	4	
			ВПП-2	4	
			ВПП-3	4	
			ВПП-4	4	
			ВПП-5	4	
Разом за 2 семестр				30	
2	3	ОЗП-1, ОЗП-2, ОПП-2, ОПП-1, ОПП-4, ОПП-5, ОПП-6, ОПП-3, ВПП-1, ВПП-2, ВПП-3, ВПП-4, ВПП-5, ВПП-6	ОЗП-3	5	КР-1
		ОЗП-1, ОЗП-2, ОПП-2, ОПП-1, ОПП-4, ОПП-5, ОПП-6, ОПП-3, ВПП-1, ВПП-2, ВПП-3, ВПП-4, ВПП-5, ВПП-6	ПП-1	9	КР-1
		ОЗП-1, ОЗП-2, ОПП-2, ОПП-1, ОПП-4, ОПП-5, ОПП-6, ОПП-3, ВПП-1, ВПП-2, ВПП-3, ВПП-4, ВПП-5, ВПП-6, ОЗП-3, ПП-1	КР-1	16	-
Разом за 3 семестр				30	

2. Розподіл змісту освітньої програми за освітніми компонентами

№ п/п	Групи освітніх компонентів	Обсяг навчального навантаження			
		Обов'язкові освітні компоненти	Вибіркові освітні компоненти	Всього	%
1	2	3	4	5	6
1	Освітні компоненти загальної підготовки	13	-	13	14,4
2	Освітні компоненти професійної підготовки	28	24	52	58,8
3	Освітні компоненти практичної підготовки	9	-	9	10
4	Виконання кваліфікаційної роботи	16	-	16	17,8
Всього кредитів		66	24	90	100
%		74	26	100	-

III. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ВІДПОВІДНОСТІ

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	<p>ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей</p>	<p>УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог</p> <p>УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності</p>	<p>К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються</p> <p>К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p>АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування</p> <p>АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</p>
Загальні компетентності				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ1	К2	АВ3

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей НРК

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
ПР1	+									+	+							+
ПР2	+	+	+							+	+							+
ПР3	+	+					+		+			+		+				
ПР4	+	+	+				+								+	+	+	
ПР5	+						+		+		+	+						
ПР6	+	+							+	+	+				+	+		
ПР7	+		+	+									+	+	+		+	
ПР8	+		+				+						+					
ПР9	+	+								+			+		+		+	
ПР10	+	+	+												+	+	+	
ПР11	+						+							+	+	+	+	
ПР12	+	+							+					+		+	+	
ПР13	+	+		+										+	+	+	+	
ПР14	+					+	+								+		+	
ПР15	+						+				+	+		+		+		
ПР16	+						+			+	+	+						+

Таблиця 3

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	Обов'язкові компоненти											
	ОЗП-1	ОЗП-2	ОЗП-3	ОПП-1	ОПП-2	ОПП-3	ОПП-4	ОПП-5	ОПП-6	ІШ-1	КР-1	
ІК											+	+
ЗК1	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК2	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК3	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК4	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК5		+						+		+	+	+
ЗК6	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
ЗК7	+									+	+	+
ЗК8	+		+	+	+	+	+			+	+	+
СК1			+	+	+	+	+	+		+	+	+
СК2			+					+		+	+	+
СК3		+	+	+	+	+	+			+	+	+
СК4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК5	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК6	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК7	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК8				+	+	+		+	+	+	+	+
СК9			+							+	+	+

Компетентності: ІК- інтегральна компетентність; ЗК – загальні компетентності; СК- спеціальні (фахові) компетентності

Перелік нормативних документів, на яких базується освітня професійна програма «Маркетинг»

<p>Нормативні акти України</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Конституція України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 • Господарський кодекс України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 • Податковий кодекс України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 • Митний кодекс України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17 • Закон України «Про вищу освіту» [електронний ресурс]. – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 • Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF • Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 2 вересня 2015 року № 1084) [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10 • Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009:2010 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html • Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти // Протокол від 29.03.2016 № 3. Сектор вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України. – 29 с. • Національна рамка кваліфікацій, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF • Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF
<p>Професійні стандарти та забезпечення якості</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: https://mon.gov.ua/storage/app/uploads/public/5d5/aa2/b84/5d5aa2b84482b488579088.pdf • Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf • 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.– К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014.– 100 с. • Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с. • Настройка образовательных структур в Европе. Вклад университетов в Болонский процесс [электронный ресурс]. – режим доступа: https://www.hse.ru/data/2010/12/17/1208295030/Introduction_Tuning%20Educational%20Structures.pdf

- Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf];
- Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf].
- EQF-LLL – European Qualifications Framework for Lifelong Learning [електронний ресурс]. – режим доступу: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf];
- QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67>];
- Рашкевич Ю.М. Методичні рекомендації щодо опису освітньої програми в контексті нових стандартів вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=285:metodychni-rekomendatsii-shchodo-opysu-osvitnoi-prohramy-v-konteksti-novykh-standartiv-vyshchoi-osvity>
- TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>].

ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

ПЕРЕЛІК ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

Здобувач вищої освіти повинен обрати будь-які 6 навчальних дисциплін з переліку:

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-1	Глобальна економіка	4	диференційований залік
ВК-2	Управління міжнародною конкурентоспроможністю	4	диференційований залік
ВК-3	Комерційна діяльність посередницьких організацій	4	диференційований залік
ВК-4	Логістичний менеджмент	4	диференційований залік
ВК-5	Інноваційний розвиток підприємства	4	диференційований залік
ВК-6	Економічна безпека підприємств	4	диференційований залік
ВК-7	Фінансовий менеджмент	4	диференційований залік
ВК-8	Системний аналіз світової економіки	4	диференційований залік
ВК-9	Інтернет-маркетинг	4	диференційований залік
ВК-10	Психологія та педагогіка вищої школи	4	диференційований залік
ВК-11	Менеджмент	4	диференційований залік
ВК-12	Мікроекономіка	4	диференційований залік
ВК-13	Маркетинг соціальних мереж	4	диференційований залік
ВК-14	Копірайтинг	4	диференційований залік
ВК-15	Оптимізація логістичних рішень	4	диференційований залік
ВК-16	Маркетингові дослідження	4	диференційований залік
ВК-17	Фінансовий аналіз	4	диференційований залік
ВК-18	Патентознавство та авторське право	4	диференційований залік
	Загальний обсяг вибіркового компонента (6 дисциплін x 4 ECTS)	24	

Примітка: Здобувачі вищої освіти мають право вивчати навчальні дисципліни з Освітніх програм інших рівнів вищої освіти, що регулюється п. 6.1. «Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін».