

Шановні колеги, роботодавці, випускники, здобувачі та всі небайдужі!

Запрошуємо до обговорення освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти напряму 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» на 2021-2022 навчальний рік.

Свої пропозиції та побажання щодо змін ОП просимо надсилати до 26.08.2021 року на електронну пошту гаранта mark2@nam.kiev.ua або керівництва Академії rector@nam.kiev.ua з поміткою “Пропозиції до освітніх програм”.

Дякуємо Вам за співпрацю!

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

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
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, QF-LLL – Level 7.
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1 рік і 4 місяці

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	
Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка 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.</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 методика 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</p>

	політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія.
Особливості програми	Програма передбачає набуття здобувачами загальних і професійних компетентностей, необхідних для ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу
Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Групи професій згідно з Національним класифікатором професій ДК 003:2010
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації.
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
ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
<i>Інтегральна компетентність</i>	
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	
<i>Загальні компетентності, визначені Стандартом вищої освіти (ЗК)</i>	
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.	

Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
- СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
- СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

***Програмні результати навчання за спеціальністю
(визначені стандартом вищої освіти спеціальності)***

- ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів,

прийомів.

ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.

ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<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>

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 (ЕМС), 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.

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	

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».

**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	