

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ
СТЕФАНИКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
ДВНЗ «Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника»

Голова вченої ради Цепенда І.Є. проф. Цепенда І.Є.

протокол № 1 від "31" серпня 2020 р.

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2020р.

Ректор Цепенда І.Є. проф. Цепенда І.Є.

наказ № 16/06-18-20 від "31" серпня 2020 р.

м. Івано-Франківськ 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ЗАПРОПОНОВАНО:

Гарант освітньої програми М. Романюк д.е.н., проф. Романюк М.Д.
Члени робочої групи Ю.С. Копчак к.е.н., доцент Копчак Ю.С.
С.Я. Шурпа к.е.н., доц. Шурпа С.Я.

ВНЕСЕНО:

Кафедра менеджменту і маркетингу
Протокол № 1 від «27» серпня 2020р.
Завідуючий кафедри О.В. Ткач проф. Ткач О.В.

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою економічного факультету
Протокол № 4 від «31» серпня 2020р.
Голова вченої ради І.С. Благун проф. Благун І.С.

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказ ректора № від «31» серпня 2020р.
76/06-12-С

ВВЕДЕНО У ДІЮ З:

«1» вересня 2020р.

Навчально-методичний відділ
Начальник І.Ф. Солонець І.Ф. Солонець

ПЕРЕДМОВА

Історія освітньої програми

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого(магістерського) рівня зі спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена кафедрою менеджменту і маркетингу у 2016 році відповідно до Наказу МОН України № 1151 від 01.11.2015р. «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затверджена Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (протокол № 7 від 31.08.2016 р.) та введена в дію Наказом ректора № 59/06-13-С від 31.08.2016 р. В Освітній програмі встановлено нормативний зміст навчання, вимоги до нього, до обсягу і рівня освітньої та професійної підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг». В ОПП визначено перелік освітніх компонентів підготовки магістрів із кількістю навчальних годин/кредитів для їхнього вивчення, терміни навчання, відповідні цикли теоретичної та практичної підготовки і вибіркового компонентів, форму державної атестації. В ОПП представлено освітні компоненти, які об'єднані у структурно-логічну схему. Вказаний варіант ОПП передбачає присвоєння магістра спеціальності 075 «Маркетинг» кваліфікації «Маркетолог». Згідно вимог в ОПП визначено складові професійної компетентності із інтегральною, загальними і спеціальними компетентностями, сформульовано програмні результати навчання, сформовано матрицю зв'язків між освітніми компонентами і результатами навчання. ОПП визначає вимоги до вступу на навчання, організації й технології навчання, форми та методи оцінювання результатів навчання, різні аспекти інформаційно-технологічного забезпечення освітнього процесу, вимоги до вступу та продовження навчання. В ОПП обумовлюється моніторинг та оцінювання навчальних планів та освітніх стандартів, якості викладання, навчання, системи оцінювання навчальних досягнень, забезпечення зворотнього зв'язку студентів щодо якості викладання та їх навчального досвіду, пріоритети підвищення кваліфікації викладацького складу.

В 2020 році Освітньо-професійна програма «Маркетинг» була робочою групою приведена у відповідність до затвердженого Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня, галузі знань 07 – «Управління та адміністрування», спеціальності 075 – «Маркетинг», затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960., а також враховує зауваження стейкхолдерів.

№ Розроблено робочою групою (науково-методичною комісією спеціальності) у складі:

1. д.е.н., проф. Романюк М.Д.
2. к.е.н., доц. Копчак Ю.С.
3. к.е.н., доц. Шурпа С.Я.

Здобувачі вищої освіти

1. студентка Гулей Маряна Василівна

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (за наявності):

1. Директор ТОВ «23 ресторани» О.С.Токмиленко
2. Голова громадської організації «Науково-аналітичний центр Івано-Франківської об'єднаної громади», депутат міської ради Роман Харук
3. Директор ПП «Колегія» Срібняк Тетяна
4. Директор Товариства з додатковою відповідальністю «Івано-Франківський хлібокомбінат» Г.Б. Іщак

1. Профіль освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075"Маркетинг"

| 1 - Загальна інформація | |
|--|--|
| Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу | ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», економічний факультет, кафедра менеджменту і маркетингу |
| Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу | Ступінь вищої освіти магістр Спеціальність 075 «Маркетинг» Кваліфікація Магістр маркетингу |
| Офіційна назва освітньої програми | Маркетинг |
| Тип диплому та обсяг освітньої програми | Обсяг освітньої програми магістра: Освітньо-професійна програма 90 кредитів ЄКТС. Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти Термін навчання 1 рік 4 міс. |
| Наявність акредитації | Сертифікат про Акредитацію серія НД № 0991550 Акредитаційна комісія МОН України Наказ МОН України від 19.12.2016 р. № 1565. Термін дії акредитації до 1 липня 2022 року |
| Цикл/рівень | НРК України - 8 рівень, FQ-EHEA - другий цикл, EQF-LLL - 7 рівень |
| Передумови | Наявність ступеня бакалавра, спеціаліста, магістра |
| Мова(и) викладання | Українська |
| Термін дії освітньої програми | 2021 |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | https://nmv.pnu.edu.ua/bakalavrat/073-%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82-%d0%be%d1%80%d0%b3%d0%b0%d0%bd%d1%96%d0%b7%d0%b0%d1%86%d1%96%d0%b9-%d1%82%d0%b0-%d0%b0%d0%b4%d0%bc%d1%96%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%80/ https://kmim.pnu.edu.ua/%d0%be%d1%81%d0%b2%d1%96%d1%82%d0%bd%d1%8f-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%b0-%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82/ |
| 2 — Мета освітньої програми | |
| Підготовка висококваліфікованих магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання шляхом органічного поєднання освітньої, наукової та інноваційної діяльності на засадах академічної доброчесності. | |
| 3 - Характеристика освітньої програми | |
| Опис предметної області | <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 компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення |

| | |
|--|---|
| | <p>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, методики 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> |
| Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності)) | ОП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» є вузькопрофільною, де загальноосвітні компоненти ОПІ складають 12 кредитів (13,33 %) ЕКТС; освітні компоненти професійної підготовки складають 24 кредити (26,7 %) ЕКТС; практична підготовка складають 27 кредитів (30 %) ЕКТС, вибіркового компонента складає 24 кредити (26,7 %) ЕКТС, атестація – 3 кредити (3,3 %) ЕКТС. |
| Орієнтація освітньої програми | Освітньо-професійна |
| Основний фокус освітньої програми та спеціалізації | Загальна освіта за спеціальністю «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, бренд-менеджмент, товарна інноваційна політика. |
| Особливості програми | Програма пропонує вузькопрофільну підготовку для формування навичок у сфері маркетингової діяльності сучасних організацій та їх підрозділами різних видів економічної діяльності. Орієнтована на підготовку сучасних маркетологів та формування їх 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. Також ОПІ передбачає можливість вибору англійських курсів. |
| 4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
| Придатність до працевлаштування | <p>Магістр маркетингу може працювати на посадах, які пов'язані з плановою (в т.ч. прогноною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах, тощо, для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.</p> <p>Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010).</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу;</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</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 державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;</p> |

| | |
|--|---|
| | 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності. |
| Подальше навчання | Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. |
| 5 - Викладання та оцінювання | |
| Викладання та навчання | Освітній процес побудований на принципах студентоцентричного особистісно орієнтованого навчання на основі компетентнісного підходу. Освітній процес в університеті реалізується у таких формах: навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи. Основними видами навчальних занять є: лекція, практичне, семінарське, індивідуальне заняття, консультація тощо. Самостійна робота студента є основним засобом засвоєння навчального матеріалу у вільний від аудиторних занять час. Самостійна робота студента включає: опрацювання навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань, науково-дослідну роботу. Практична підготовка є необхідним компонентом підготовки фахівців певного освітнього ступеня. Метою практики є оволодіння студентами сучасними методами, формами організації праці в галузі їх майбутньої професії, формування у них на базі одержаних знань професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності. Останній рік завершується публічним захистом кваліфікаційної роботи. |
| Оцінювання | Оцінювання здійснюється за трьома шкалами: Національною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», «зараховано/незараховано»), ECTS (A, B, C, D, E, FX, F), 100-бальною шкалою. Система оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни – поточний, модульний та семестровий контроль знань, які дозволяють перевірити досягнення програмних результатів навчання, заявлені в ОП. Форми контролю: усні та письмові іспити, тести, контрольні роботи, колоквиуми, поточне опитування, заліки, екзамени, презентації, проекти, захист курсових робіт, захист практик і публічний захист кваліфікаційної роботи магістра. |
| 6 - Програмні компетентності | |
| Інтегральна компетентність (ІК) | ІК. 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 (ЗК) | 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. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. |

| | |
|---|--|
| <p>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (ФК)</p> | <p>СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК 9. Здатність аналізувати, розробляти, планувати, та здійснювати практичну реалізацію й контроль ефективності комплексу рекламних заходів, спрямованих на досягнення конкретних маркетингових цілей.</p> <p>СК 10. Здатність аналізувати, розробляти, планувати, та здійснювати практичну реалізацію й контроль ефективності комплексу рекламних заходів, спрямованих на досягнення конкретних маркетингових цілей.</p> |
| <p>7 - Програмні результати навчання</p> | |

| | |
|------------------------------------|--|
| <p>Результати навчання</p> | <p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПРН 16. Вміти ефективно управляти реалізацією комплексу рекламних заходів</p> <p>ПРН 17. Проводити оцінку ефективності комплексу рекламних заходів та планувати на цій основі подальші напрями розвитку організації (підприємства).</p> |
| <p>Кадрове забезпечення</p> | <p>8-1 Ресурсне забезпечення реалізації програми</p> <p>Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p> <p>Випусковою та відповідальною за підготовку фахівців є кафедра менеджменту і маркетингу. Завідувач кафедри має науковий ступінь доктора наук та вчене звання професора. 100 % викладачів, які забезпечують процес підготовки магістрів за освітньою програмою «Маркетинг», мають науковий ступінь та/або вчене звання.</p> <p>Кадровий потенціал ОПП забезпечують 9 науково-педагогічних працівників, з яких – 2 доктора економічних наук, професор (22,2 %), 6 працівників мають науковий ступінь кандидата економічних наук і вчене звання доцента (66,7) і 1 працівник має науковий ступінь кандидата економічних наук і працює на посаді доцента (11,1 %). 100 % викладачів, які забезпечують процес підготовки магістрів за освітньою програмою</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>«Маркетинг», мають науковий ступінь та/або вчене звання. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p> <p>30 % викладачів, які забезпечують провадження освітньої діяльності англійською мовою, мають сертифікат відповідно до Загальноєвропейської рекомендації з мовної освіти (на рівні B2) або кваліфікаційні документи, пов'язані з використанням іноземної мови.</p> <p>40 % викладачів мають практичний досвід роботи.</p> <p>Завідувач кафедри пройшов 4-и місячне міжнародне стажування в Корпорації «Фуджівара Кемікал Ко.», Нідерланди.</p> |
| Матеріально-технічне забезпечення | <p>Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі. 100 % забезпеченість потребам освітніх програм університету: навчальні аудиторії, лабораторії, необхідне устаткування кабінетів. Повне забезпечення робочими комп'ютерними місцями студентів (з врахуванням заочної форми навчання). Наявність інфраструктури для відпочинку та оздоровлення (їдальні, центр розвитку творчості та культури, спортивні майданчики і зали, медичний кабінет).</p> |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | <p>Навчальний процес забезпечується навчально-методичними комплексами дисциплін, які містять методичні розробки до семінарських, практичних занять, лабораторних практикумів, методичні вказівки до самостійної роботи студентів, індивідуальні завдання практичної спрямованості; методичними матеріалами до написання курсових робіт, проходження практик, завдання для контролю знань (екзаменаційні білети, тестові завдання, творчі завдання). Також викладачі готують та забезпечують видання авторських посібників, навчально-методичних посібників, монографій.</p> <p>Постійно відбувається процес вдосконалення та розвитку інфраструктури щодо покращення комфортних умов навчання для осіб з особливими освітніми потребами, системи дистанційного навчання, медичних та консультативних послуг, користування електронними ресурсами бібліотеки, а також ресурсами проектно-освітнього центру «Агенти змін», молодіжного центру Paragraph, студентського простору «Campus», Центру інноваційних освітніх технологій «PNUecoSystem», що створений в університеті в рамках реалізації грантового проекту програми ERASMUS+ KA 2: «MOPED» – «Модернізація педагогічної вищої освіти з використання інноваційних інструментів викладання» ін.</p> <p>Комп'ютери університету підключені до мережі інтернет, на території університету діє безкоштовний доступ до мережі Wi-Fi. В ЗВО також функціонує електронна бібліотека (http://lib.pnu.edu.ua), котра формує каталог усієї інформаційної системи за спеціальностями та напрямками науково-дослідної діяльності здобувачів ОП.</p> |
| 9 - Академічна мобільність | |
| Національна кредитна мобільність | <p>Національна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з провідними навчальними закладами України задля організації взаємного обміну здобувачами у відповідності до угод про співробітництво (в т.ч. онлайн).</p> |
| Міжнародна кредитна мобільність | <p>Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну здобувачами за проектами з міжнародної кредитної мобільності та регулюється</p> <p>https://ic.pnu.edu.ua/%d1%83%d0%b3%d0%be%d0%b4%d0%b8-%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%81%d0%bf%d1%96%d0%b2%d0%bf%d1%80%d0%b0%d1%86%d1%8e/</p> <p>Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»</p> <p>https://ic.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/19/2018/04/%d0%9f%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d0%bf%d1%80%d0%be-</p> |

| | |
|---|--|
| | %d0%b0%d0%ba%d0%b0%d0%b4%d0%b5%d0%bc%d1%96%d1%87%d0%bd%d1%83-%d0%bc%d0%be%d0%b1%d1%96%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%8c-%d1%83%d1%87%d0%b0%d1%81%d0%bd%d0%b8%d0%ba%d1%96%d0%b2-%d0%be%d1%81%d0%b2%d1%96%d1%82%d0%bd%d1%8c%d0%be%d0%b3%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%86%d0%b5%d1%81%d1%83.pdf |
| Навчання іноземних здобувачів вищої освіти | Іноземних здобувачів вищої освіти за спеціальністю не передбачено |

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

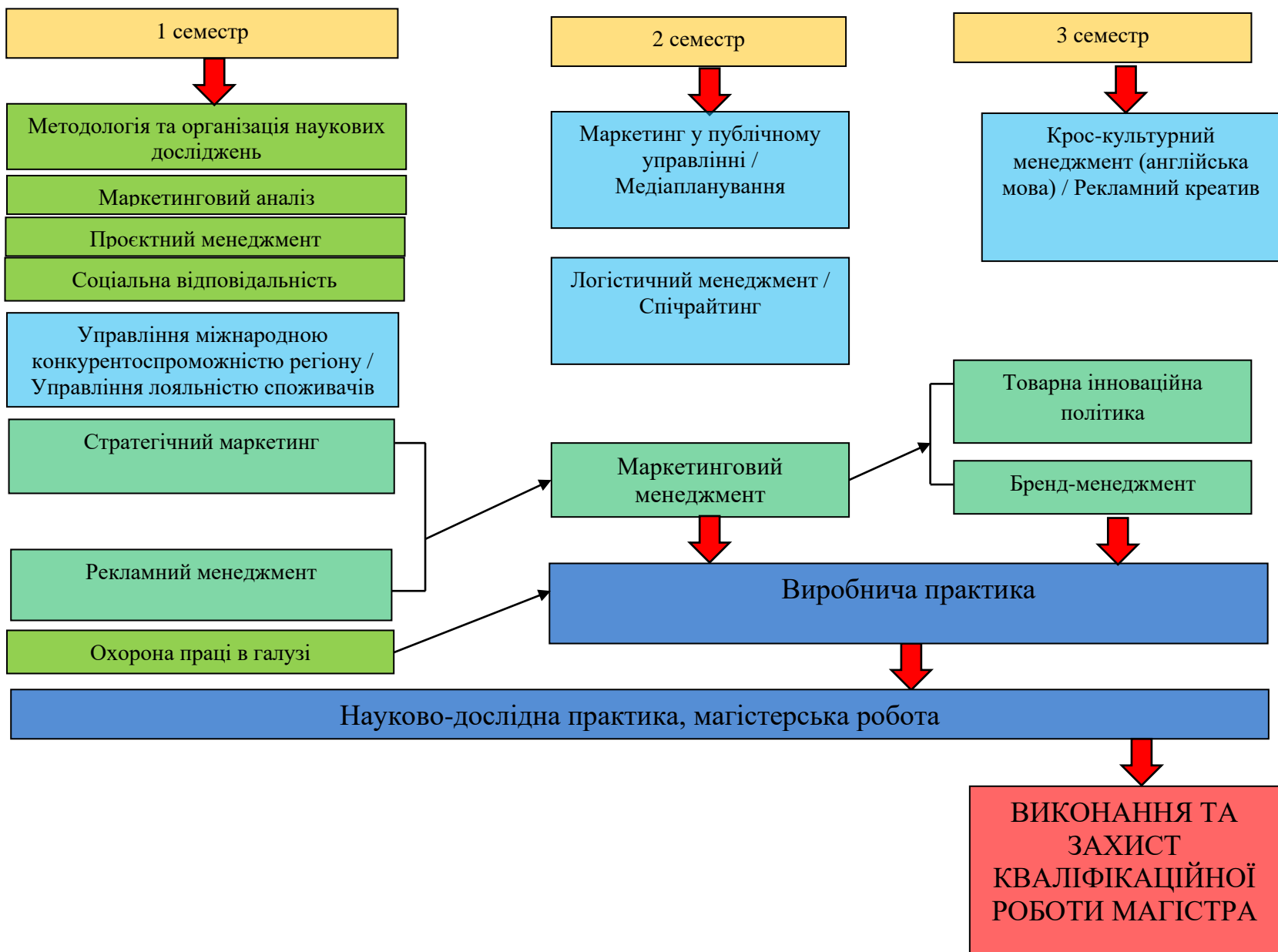
2.1. Перелік компонент ОП

| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумк. контролю |
|--|---|--------------------|-------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Обов'язкові компоненти ОП | | | |
| 1.1. Цикл загальної підготовки | | | |
| ОК1. | Методологія та організація наукових досліджень | 3 | залік |
| ОК 2. | Маркетинговий аналіз | 3 | залік |
| ОК 3. | Соціальна відповідальність | 3 | залік |
| ОК 4. | Проектний менеджмент | 3 | залік |
| ОК 5. | Охорона праці в галузі | 1 | залік |
| Всього за циклом 1.1 | | 12 | |
| 1.2. Цикл професійної підготовки | | | |
| 1.2.1. Теоретична підготовка | | | |
| ОК 6. | Стратегічний маркетинг | 6 | екзамен |
| ОК 7. | Маркетинговий менеджмент | 6 | екзамен |
| ОК 8. | Рекламний менеджмент | 3 | екзамен |
| ОК 9. | Товарна інноваційна політика | 3 | екзамен |
| ОК 10. | Бренд-менеджмент | 6 | екзамен |
| Всього за циклом 1.2.1. | | 24 | |
| 1.2.2. Практична підготовка | | | |
| ОК 11. | Виробнича практика | 12 | Диференційований залік |
| ОК 12. | Науково-дослідна практика, магістерська робота | 15 | Диференційований залік |
| Всього за циклом 1.2.2. | | 27 | |
| Всього за циклом 1.2. | | 51 | |
| ОК 13. | Атестація(захист роботи) | 3 | публічний захист |
| Загальний обсяг обов'язкових компонент: | | 54 | |
| Вибіркові компоненти ОП | | | |
| ВК 1. | Маркетинг у публічному управлінні | 6 | екзамен |
| ВК 2. | Медіа-планування | 6 | екзамен |
| ВК 3. | Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону | 6 | залік |
| ВК 4. | Управління лояльністю споживачів | 6 | залік |
| ВК 5. | Логістичний менеджмент | 6 | залік |
| ВК 6. | Спічрайтинг | 6 | залік |
| ВК 7. | Крос-культурний менеджмент (англійська мова) | 6 | залік |

| | | | |
|--|-------------------|-----------|-------|
| ВК 8. | Рекламний креатив | 6 | залік |
| Всього за циклом | | 24 | |
| Загальний обсяг вибіркового компонента: | | 24 | |
| ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ: | | 90 | |

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Короткий опис логічної послідовності вивчення компонент освітньої програми



примітка



Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки



Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки



Вибіркові компоненти загальної підготовки



Вибіркові компоненти професійної підготовки

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 "Маркетинг" проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи магістра та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу за спеціальністю 075 Маркетинг.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

| | |
|---|--|
| Форми атестації здобувачів вищої освіти | Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи |
| Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності) | 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. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. 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. |

**Таблиця відповідності визначених Стандартом компетентностей
дескрипторам НРК(за 7-м рівнем, магістерським)**

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| Класифікація компетентностей за НРК | Знання 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 ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межіпредметних галузях | Уміння УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності | Комунікація К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності | Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним |
| Загальні компетентності | | | | |
| ЗК1 | ЗН2 | УМ1, УМ2 | К1, К2 | АВ3 |
| ЗК2 | | | К1, К2 | |
| ЗК3 | | УМ1, УМ2 | К1 | АВ1 |
| ЗК4 | | УМ1 | К1 | АВ1,АВ2 |
| ЗК5 | | | К1 | АВ2 |
| ЗК6 | | УМ1 | | АВ3 |
| ЗК7 | ЗН1, ЗН2 | УМ1 | | |
| Спеціальні (фахові) компетентності | | | | |
| СК1 | ЗН2 | УМ1 | | |
| СК2 | | | К2 | |
| СК3 | | | К2 | |
| СК4 | | УМ1 | | |
| СК5 | ЗН2 | | К2 | |
| СК6 | | | | |
| СК7 | ЗН1 | УМ1 | | |
| СК8 | | УМ1 | | |
| Додатково для освітньо-професійної програми | | | | |
| СК9* | ЗН2 | УМ1 | К1 | АВ1, АВ3 |
| СК10* | ЗН1 | УМ1, УМ2 | К1 | АВ1 |

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

5.1. Обов'язкові компоненти

| | ОК1 | ОК2 | ОК3 | ОК4 | ОК5 | ОК6 | ОК7 | ОК8 | ОК9 | ОК10 | ОК11 | ОК12 | ОК13 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|
| ІК | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК1 | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК2 | + | | + | | | + | + | + | + | | | | + |
| ЗК3 | | + | | | + | | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК4 | | | | | + | + | | + | + | + | + | | |
| ЗК5 | + | | + | | | | | | | + | + | | |
| ЗК6 | | + | | + | | + | | | + | | + | + | + |
| ЗК7 | | | + | + | | | | | + | + | | | + |
| ЗК8 | | | + | + | | + | | | | + | | + | |
| СК1 | | | | | | | + | + | | | + | + | + |
| СК2 | | | | | | | + | + | | | + | + | + |
| СК3 | | + | | | | + | + | + | + | | + | + | + |
| СК4 | + | | | | | | | + | + | + | + | | |
| СК5 | | + | | | | + | + | | + | + | | + | + |
| СК6 | + | | | | | + | + | | | + | + | + | + |
| СК7 | | + | | | | + | + | | + | + | | | + |
| СК8 | | | | | | + | + | | | | + | + | + |
| СК9 | + | + | | | | | | + | | | + | | + |
| СК10 | | | | | | | | + | | + | + | + | + |

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

5.2. Варіативні компоненти

| | БК1 | БК2 | БК3 | БК4 | БК5 | БК6 | БК7 | БК8 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ІК | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК1 | | | | + | + | | | |
| ЗК2 | | + | + | + | | | | + |
| ЗК3 | | | | | | | | |
| ЗК4 | | | | | | | + | |
| ЗК5 | | | | + | + | + | + | |
| ЗК6 | | + | | + | + | | | + |
| ЗК7 | | | | | | | | |
| ЗК8 | | | | + | | | | |
| СК1 | | | | + | + | | | + |
| СК2 | | | + | | | | | + |
| СК3 | | | | | | | | |
| СК4 | | | + | + | | + | | + |
| СК5 | | | + | + | | | | |
| СК6 | + | | | | + | + | + | |
| СК7 | | | | | + | | | |
| СК8 | | | | + | | | | |
| СК9 | | + | + | + | | + | + | + |
| СК10 | + | + | | + | | + | | + |

**6.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми
6.1. Обов'язкові компоненти**

| | ОК1 | ОК2 | ОК3 | ОК4 | ОК5 | ОК6 | ОК7 | ОК8 | ОК9 | ОК10 | ОК11 | ОК12 | ОК13 |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|
| ПРН 1 | + | + | | | | | + | + | | | | | + |
| ПРН 2 | + | | | | | + | | + | + | + | + | + | + |
| ПРН 3 | + | | | | | + | + | | | | + | + | + |
| ПРН 4 | | | | | | + | + | | | | + | + | |
| ПРН 5 | + | | | + | | | | | | | + | + | + |
| ПРН 6 | | | | + | | | | | | + | + | + | + |
| ПРН 7 | | | | | | | + | | | | | | + |
| ПРН 8 | | | + | | | | | | | | + | + | |
| ПРН 9 | | | | | | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ПРН 10 | | + | | | + | + | + | + | | + | + | + | + |
| ПРН 11 | | | | | | + | | | | | + | + | + |
| ПРН 12 | | | | + | | + | + | | | | | | + |
| ПРН 13 | | | | | | | + | | | + | + | + | + |
| ПРН 14 | | | | | | | | | | + | | | |
| ПРН 15 | + | + | + | | | | | | | | + | + | + |
| ПРН 16 | | | | | | | + | + | | | + | + | + |
| ПРН 17 | | + | | | | | | + | + | | + | + | + |

**6.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми
6.2. Варіативні компоненти**

| | ВК1 | ВК2 | ВК3 | ВК4 | ВК5 | ВК6 | ВК7 | ВК8 |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ПРН 1 | | | | | | | | + |
| ПРН 2 | | | | | | | | |
| ПРН 3 | | | | | | | | |
| ПРН 4 | | | | + | | | + | |
| ПРН 5 | | | | + | | + | + | |
| ПРН 6 | | | | + | + | | | + |
| ПРН 7 | | | | + | | | | |
| ПРН 8 | | | | + | | + | + | |
| ПРН 9 | | | | | | | | |
| ПРН 10 | + | + | | | + | + | | |
| ПРН 11 | | | | | | | | |
| ПРН 12 | | | | | | | | |
| ПРН 13 | | | + | | + | | | |
| ПРН 14 | + | | + | | + | | | |
| ПРН 15 | | | | | | | | + |
| ПРН 16 | | | | | | | | + |
| ПРН 17 | | + | | | | | | + |