

СХВАЛЕНО Вченою радою
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

від «29» 06 2023 р.
протокол № 9

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор Кременчуцького національного
університету

імені Михайла Остроградського
М. В. Загірняк
«29» 06 2023 р.
Наказ № 37



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий магістерський рівень
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 – «Маркетинг»
КВАЛІФІКАЦІЯ	Магістр маркетингу

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

РОЗРОБЛЕНО

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)
11 травня 2023 р.



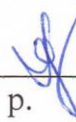
Катерина ПРЯХІНА

РЕКОМЕНДОВАНО

кафедрою бізнес адміністрування, маркетингу і туризму КрНУ

Завідувач кафедри бізнес адміністрування,
маркетингу і туризму

протокол № 11 від 11 травня 2023 р.



Ірина ТРУШІНА

СХВАЛЕНО

Науково-методичною

Факультету економіки та управління

протокол № 7 від 12 05 2023 р.

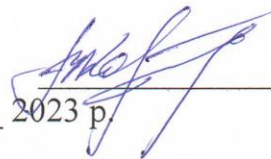


Леся САКУН

ПОГОДЖЕНО

Голова Методичної ради КрНУ

протокол № 9 від 22 06 2023 р.



Віктор КОСТІН

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою науково-методичною комісією спеціальності 075 Маркетинг у складі:

1. Труніна Ірина Михайлівна – д.е.н., проф., завідувач кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.
2. Мороз Олена Василівна – к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.
3. Латишев Костянтин Олександрович – к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.
4. Пряхіна Катерина Андріївна – к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, КрНУ.
5. Піменова О. В. – начальника відділу кадрів ПрАТ «Кременчуцький сталеливарний завод».
6. Усанова Ольга Петрівна – заступник міського голови м. Кременчука.
7. Лісовик Юлія Вячеславівна – здобувачка другого (магістерського рівня) ОПП «Маркетинг», КрНУ.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг підготовки здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем розроблена на основі та з урахуванням вимог і дотриманням принципів:

- Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII в редакції від 16.01.2020 р. (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>);
- Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 (з змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 509 від 12.06.2019, № 519 від 25.06.2020) (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF/para%2Fn12>);
- Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (http://ecahe.eu/w/index.php/Framework_for_Qualifications_of_the_European_Higher_Education_Area);
- Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG-2015) (https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf);
- Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 2 вересня 2015 року № 1084) (<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>);
- Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України №960 від 10.07.2019 р.
- Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України 11 липня 2019 року № 977.

При розробці освітньо-професійної програми використано досвід закладів вищої освіти України та міжнародних ЗВО, які здійснюють підготовку здобувачів другого (магістерського) рівня за різними освітньо-професійними програмами за спеціальністю «Маркетинг», зокрема:

- Національного ТУ «Дніпровська політехніка»
https://mk.nmu.org.ua/ua/opp/osvitnyo_proffesiyni_programma_magistr.php,
- Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
https://drive.google.com/file/d/1g8W5j9J4BLy6FB9R_iTqLnoelQV8YPKw/view,
- Західноукраїнського національного університету
<http://marketing.wunu.edu.ua/navchalnyj-protses/osvitni-prohramy/marketynh-zunu-magistr.html>,
- Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
<http://start.karazin.ua/programs/7/4/075/8>,
- Університету Лестера, Великобританія <https://le.ac.uk/courses/marketing-msc/2023>,
- Університету Абертей, Шотландія <https://www.abertay.ac.uk/course-search/postgraduate-taught/digital-marketing-and-e-business/>.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського Факультет економіки і управління Кафедра бізнес адміністрування, маркетингу і туризму
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: магістр Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу Кваліфікація в дипломі: Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма другого (магістерського) рівня вищої освіти ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Рішення Акредитаційної комісії від 19.02.2019 р., протокол № 134. Сертифікат Серія УД, № 17010014
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень; FQ-EHEA – другий цикл; EQF-LLL – 7 рівень.
Міжнародна класифікація	04 Business, administration and law – 041 Business and administration – 0414 Marketing and advertising
Передумови	Наявність ступеня бакалавра або рівня спеціаліста
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07.2024 року
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://bamt.kdu.edu.ua/osvitnya-programa-magistrat/
2 - Мета освітньої програми	
Мета ОПП – підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та відповідними компетентностями необхідними для вирішення проблем і розв’язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачає проведення досліджень, стратегічне та тактичне управління маркетингом, управління проектами, здійснення інновацій, формування ефективної системи комунікацій із застосуванням новітніх цифрових технологій для розвитку країни та регіону.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань,	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»

спеціальність, спеціалізація)	
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> • <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 інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо- професійна
Основний фокус освітньої програми	Програма спрямована на оволодіння фундаментальними та практичними знаннями в області маркетингу. Ключові слова: маркетинг, управління маркетингом.
Особливості програми (унікальність)	Унікальність освітньої програми є підготовка магістрів маркетингу, які володіють актуальними знаннями з маркетингу щодо стратегічних концепцій маркетингу території для забезпечення потреб підприємництва регіону та його інноваційного і інвестиційного розвитку.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Робочі місця в державному та приватному секторах у різних сферах діяльності, зокрема: управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності.</p> <p>Випускник здатний виконувати професійну роботу за такими угрупованнями:</p> <p>1233 менеджер (управитель) з маркетингу;</p> <p>1475.4 менеджер (управитель) з логістики; менеджер (управитель) з постачання; Менеджер (управитель) із збуту, Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю</p> <p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) ;</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу</p> <p>1210.1 Керівники підприємств, установ та організацій</p> <p>1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі</p> <p>1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні</p> <p>1232 Керівники підрозділів кадрів і соціально-трудова відносин</p> <p>1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання</p> <p>1238 Керівники проектів та апарату</p> <p>1239 Керівники інших функціональних підрозділів</p> <p>1312 Керівники малих підприємств без апарату управління в промисловості</p> <p>1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі</p> <p>1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні</p> <p>1319 Керівники інших малих підприємств без апарату управління.</p>
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Лекції проблемного характеру, практичні заняття, індивідуальна робота та робота в малих групах, уміння узагальнювати, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників та конспектів лекцій, консультації із викладачами, підготовка магістерської роботи.</p>
Оцінювання	<p>Контроль знань та умінь студентів здійснюється у формі поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль включає контроль знань, умінь та навичок</p>

	студентів на лекціях, практичних заняттях та під час виконання індивідуальних навчальних завдань, контрольних, курсових робіт. Підсумковий контроль проводиться у формі екзаменів, заліків, підсумкового контролю та атестаційної роботи магістра з захистом.
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 (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>
Спеціальні (фахові) компетентності	<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>

7. Програмні результати навчання	
ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН 3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН 4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН 5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПРН 6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, які забезпечують реалізацію освітньої програми, за кваліфікацією

	відповідають профілю і напряму освітніх компонент, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та/або досвід практичної роботи. В процесі організації освітнього процесу залучаються практики.
Матеріально-технічне забезпечення	Використання сучасного мультимедійного обладнання та комп'ютерної техніки. Матеріально-технічне забезпечення кафедри дозволяє повністю забезпечити навчальний процес протягом всього циклу підготовки магістрів. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Освітньо-професійна програма повністю забезпечена НМК з усіх навчальних компонент, наявність яких представлена у модульному середовищі університету. Використання мережі Інтернет, освітнього порталу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Кременчуцьким національним університетом імені Михайла Остроградського та іншими університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програм ЄС Еразмус+ та Горизонт на основі двосторонніх договорів між Кременчуцьким національним університетом імені Михайла Остроградського та навчальними закладами країн-партнерів
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Для іноземних громадян навчання здійснюється англійською мовою, а українська вивчається як іноземна

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ/НАУКОВОЇ 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
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
1.1. ЦИКЛ ДИСЦИПЛІН ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ООК-1	Методологія маркетингових досліджень	6	д. залік
ООК-2	Бізнес-комунікації (англійською мовою)	5	д. залік
1.2. ЦИКЛ ДИСЦИПЛІН ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ООК-3	Стратегічний маркетинг	7	іспит
ООК-4	Креативні технології реклами	5	іспит
ООК-5	Маркетинговий менеджмент	6	іспит
ООК-6	Маркетинг інновацій	6	іспит
ООК-7	Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	4	іспит
ООК-8	Цифрові технології маркетингу	5	д. залік
ООК-9	Управління маркетинговими проектами	5	іспит
ООК-10	Маркетинг територій	4	д. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		53,0	
2. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА**			
ВОК*	Дисципліна 1*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 2*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 3*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 4*	5	д. залік
ВОК*	Дисципліна 5*	5	д. залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:		25,0	
3. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА			
ООК-11	Переддипломна практика	3	д. залік
ООК-12	Кваліфікаційна робота, захист	9	
Загальний обсяг практичної підготовки:		12,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

д.залік – диференційний залік;

* – дисципліни з Переліку дисциплін вибору студента.

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
ЗК1	+		+		+				+		+	+
ЗК2			+	+				+	+	+	+	+
ЗК3	+		+		+						+	+
ЗК4		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК5		+	+		+		+		+		+	+
ЗК6	+		+		+	+		+	+		+	+
ЗК7		+	+	+	+	+					+	+
ЗК8	+			+	+				+		+	+
СК1	+					+			+		+	+
СК 2	+			+					+	+	+	+
СК 3	+		+	+	+	+	+				+	+
СК 4		+	+	+		+	+	+		+	+	+
СК 5			+		+				+		+	+
СК 6			+		+		+	+			+	+
СК 7			+		+		+		+	+	+	+
СК 8			+	+	+	+					+	+
СК 9	+				+			+	+	+	+	+

5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
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	+							+	+	+	+	+