ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»

ЗАТВЕРДЖЕНО:
Вченою радою
Приватного акціонерного товариства
«Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія
управління персоналом»
Протокол № 3 від 23 червня 2021 р.
Голова Вченої ради,
Президент Ростислав ЩОКІН

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг і рекламна діяльність»

Рівень вищої освіти:	**другий (магістерський) рівень**
Ступінь вищої освіти:	**магістр**
Галузь знань:	**07 «Управління та адміністрування»**
Спеціальність:	**075 «Маркетинг»**
Кваліфікація:	**магістр маркетингу**

Київ – 2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

«РОЗРОБЛЕНО»
Робочою групою кафедри
маркетингу ПрАТ
«ВНЗ «МАУП»
керівник робочої групи,
гарант освітньої програми
_____ І.В. Романова
«12» травня 2021 р.

«УХВАЛЕНО»
на засіданні кафедри маркетингу
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Протокол № 5
від «20» травня 2021 р.
Зав. кафедрою _____ Л.В Романова

«СХВАЛЕНО»
Вченою радою Навчально-наукового
інституту менеджменту, економіки та
фінансів
Протокол № 5
від «26» травня 2021 р.
Голова Вченої ради, директор інституту
_____ Якушик І.Д

«ПОГОДЖЕНО»
Директор Центру навчально-методичного
забезпечення та змісту освіти
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
_____ Н.В.Грабовенко
«09» червня 2021 р.

«РЕКОМЕНДОВАНО»
Науково-методичною радою Вченої ради
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Протокол № 3 від «16» червня 2021 р.
Голова _____ С.В.Хропатий

ПЕРЕДМОВА

1. Затверджено та надано чинності рішенням Вченої ради ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом», протокол №1 від 29 січня 2020 р.

2. Освітньо-професійна програма «Маркетинг і рекламна діяльність» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена згідно вимогам Закону України «Про вищу освіту» та з урахуванням Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України № 1343 від 05 грудня 2019 року.

3. Розроблено робочою групою (науково-методичною комісією) зі спеціальності 075 «Маркетинг» кафедри маркетингу у складі:

Керівник робочої групи, гарант освітньої програми:

Романова Лідія Василівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, професор кафедри управління персоналом та економіки праці, завідувач кафедри маркетингу Навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів ПрАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом».

Члени робочої групи:

1. *Карбовська Любов Олександрівна* – кандидат економічних наук, доцент, професор МКА, професор кафедри маркетингу, професор кафедри управління персоналом та економіки праці, професор кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту Навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів ПрАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом».

2. *Власенко Олена Олександрівна* – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів ПрАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом».

Зовнішні рецензенти:

1. Могилевська Ольга Юріївна – завідувач кафедри економіки, підприємництва, менеджменту Київського міжнародного університету.
2. Козакевич Ірина Олегівна – Перший віце-президент, керівник апарату ICC Ukraine.
3. Бережинський Денис студент 2 курсу СВО магістр.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», Навчально-науковий інститут менеджменту, економіки та фінансів, Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – магістр Спеціальність - 075 – Маркетинг Освітня програма – Маркетинг і рекламна діяльність
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання: денна і заочна форма – 1 рік і 6 місяців
Наявність акредитації	Ліцензія на провадження освітньої діяльності отримана (наказ МОН №3090л від 05.12.2014) . Сертифікат про акредитацію серія НІ №1194352 Наказ МОН від 05.07.2017 р., строк дії сертифіката до 1 липня 2027 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Повна освіта рівня бакалавр за спеціальністю 075 Маркетинг (з обсягом навчання – 90 кредитів ЄКТС) Інші вимоги визначаються правилами прийому ПрАТ «ВНЗ «МАУП» для освітньо-професійної програми
Мова(и) викладання	Українська.
Термін дії освітньої програми	До 2022 року включно.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Веб-сайт: http://maup.com.ua/.
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка здобувачів вищої освіти освітнього ступеня магістр із спеціальності 075 «Маркетинг», які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання:* підготовка фахівців із маркетингу конкурентоспроможних на ринку праці, які володіють сучасним економічним мисленням, вміють використовувати набуті компетентності в сфері маркетингу в практичній діяльності, здатних проявляти креативність і підприємливість, ініціативність в процесі, провадження ефективної маркетингової діяльності на

	підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності; *Теоретичний зміст предметної області* ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу, маркетингу промислового підприємства, сучасних інформаційних технологій в маркетингових дослідженнях. *Методи, методики та технології*: загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, абстрагування) та спеціальні методи (універсальні та спеціальні методи маркетингових досліджень, методи збору та обробки інформації), професійні методики та технології, необхідні для прийняття ефективних маркетингових рішень. *Інструменти та обладнання:* інформаційно-аналітичні інструменти, системи підтримки прийняття управлінських рішень, спеціалізоване програмне забезпечення.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування» із спеціальності 075 «Маркетинг». Знання з логістичного менеджменту, стратегічного маркетингу, рекламного менеджменту, маркетингової політики розподілу, товарної інноваційної політики, медіа-планування, бренд-менеджменту, маркетингу відносин, статистичного забезпечення маркетингу, комерційної діяльності посередників тощо.
Особливості програми	Забезпечення здобувачів вищої освіти базовими знаннями з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Працевлаштування	За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), 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; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та	У навчанні застосовуються проблемно- і професійно-орієнтовані,

навчання	студентоцентровані, комукнікативні та міждисциплінарні підходи. Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер. Практичні заняття проводяться в малих групах, вирішуються ситуаційні завдання, проводяться ділові ігри, підготовка презентацій. Акцент навчання робиться на особистісному саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати власної і командної роботи, що сприяє формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя. Заохочується ініціативне самонавчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, консультації із викладачами визначаються як особистісно-орієнтована педагогічна взаємодія суб'єктів навчання у ВНЗ, метою і мірою ефективності якої є формування загальних і професійних компетентностей здобувачів вищої освіти.
Оцінювання	*Види контролю*: поточний, тематичний, періодичний, підсумковий, самоконтроль. *Форми контролю*: усні презентації; письмові екзамени; семінари; виконання самостійної роботи; захист звіту з проходження практики, атестаційний екзамен; публічний захист кваліфікаційної роботи. Екзамени та заліки проводяться відповідно до вимог «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (http://maup.com.ua/assets/files/publ-adm/nakaz-191.1-0.pdf) та «Критеріїв оцінювання знань і умінь студентів в ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (http://maup.com.ua/assets/files/pdf/ocin-znan-stud.pdf).
6 Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК 2 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
	ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
	ЗК 5 Навички міжособистісної взаємодії
	ЗК 6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
	ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	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.
	СК10. Здатність формувати комплекс ефективних засобів управління збутовими комунікаціями
	СК 11. Здатність до комунікативної взаємодії з клієнтами, постачальниками, посередниками, конкурентами з урахуванням соціальних, групових, індивідуальних інтересів ринкового суб'єкта
7 – Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (РН)	
Р 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	
Р 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	
Р 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	
Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	
Р 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	
Р 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	
Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	
Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	
Р 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	
Р 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	
Р 11 Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	
Р 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	
Р 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	
Р 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку	
Р 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	
Р 16. Використовувати методичні прийоми та інструменти формування, аналізу й прогнозування статистичних показників,	
Р 17. Здійснювати вибір та розміщення рекламно-комунікаційних засобів і заходів з метою ефективного донесення інформації в процесі планування та проведення рекламних	

кампаній в мас-медіа.	
8 – Ресурсне забезпечення освітньої програми	
Кадрове забезпечення	Усі науково-педагогічні працівники, які забезпечують реалізацію освітньої програми, мають кваліфікацію, що відповідає профілю програми та напряму дисциплін, які викладають, а також відповідний стаж науково-педагогічної роботи й наукові результати, що відповідають вимогам чинних ліцензійних умов. Портфоліо науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу розміщено на сайті: https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-marketingu.html Крім того, до освітнього процесу залучаються професійні топ-менеджери провідних вітчизняних та іноземних компаній, установ та організацій фахового профілю.
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальні приміщення для проведення лекційних та семінарсько-практичних занять відповідають вимогам правил пожежної безпеки та санітарним нормам. Матеріально-технічна база забезпечує проведення всіх видів навчальних занять здобувачів вищої освіти. Виконання навчального плану забезпечене навчальними приміщеннями, мультимедійним обладнанням, сучасним лінгафонним кабінетом на 15 робочих місць, комп'ютерним класом на 15 робочих місць (комп'ютери Intel Core 2 Duo), повний пакет Microsoft Office, Trados 2007, необхідним програмним забезпеченням і необмеженим доступом до Інтернет-мережі. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура. Кількість місць у гуртожитку відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://maup.com.ua; міжнародний бібліотечно-інформаційний центр імені Ярослава Мудрого: http://library.iapm.edu.ua/, читальний зал; доступ до системи електронного навчання Moodle, навчальна, наукова, навчально-методична література, фахові журнали; робочі навчальні плани; графіки освітнього процесу, навчально-методичні комплекси дисциплін; робочі програми дисциплін; дидактичні матеріали для самостійної роботи студентів з дисциплін; програми практики; методичні вказівки щодо виконання кваліфікаційної (бакалаврських) робіт.
9- Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програма передбачає угоди зі спорідненими закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	У відповідності до договору про співробітництво між Вищою школою менеджменту (ВШМ Легніца, Польща) та ПрАТ «ВНЗ «МАУП» по програмі подвійного диплому зі спеціальності «Маркетинг» створено Польсько-Український освітній центр, де студенти можуть навчатися за польськими інтегрованими навчальними планами.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою

Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

– на базі повної базової освіти СВО бакалавр – 90 кредитів ЄКТС;

Мінімум 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.

Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми в сфері сучасного маркетингу, що потребує здійснення досліджень та/або інновацій і характеризується комплексністю і невизначеністю умов. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, в тому числі некоректних текстових запозичень, фальсифікації, фабрикації. Кваліфікаційна робота розміщується в репозитарії Академії.

Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Академії функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;

2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;

3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Академії, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Академії та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення Академією якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

IX. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.

2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19.

3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п. 11.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo

Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.

8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf.

9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. – http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf.

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

2.1. Перелік компонент ОПП «Маркетинг»

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	*2*	*3*	*4*
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОБОВ'ЯЗКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОДЗП 1.1	Іноземна мова у професійній діяльності	3	екзамен
ОДЗП 1.2	Українська мова професійного спілкування	3	екзамен
ОДЗП 1.3	Методологія наукових досліджень та академічна доброчесність	3	залік
ОДЗП 1.4	Діагностика та моделювання економічних процесів	3	залік
	Усього	**12**	
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОБОВ'ЯЗКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОДПП 3.1	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОДПП 3.2	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОДПП 3.3	Товарна інноваційна політика	4	екзамен
ОДПП 3.4	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОДПП 3.5	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОДПП 3.6	Маркетингова політика розподілу	4	екзамен
	Усього	**25**	
ОПП 3.7.	**Практика**		
ОПП 3.7.1.	Переддипломна практика зі спеціальності «Маркетинг»	10	екзамен
ОПП 3.7.2.	Підготовка дипломної роботи зі спеціальності «Маркетинг»	20	екзамен
Усього		**30**	
ОПП 3.8.	**Атестація**		
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**67**	
Вибіркові компоненти ОП			
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ВДЗП 2.1.*	Фінансовий менеджмент*	4	залік
	Сучасні економічні теорії*		
	Система забезпечення якості*		
ВДЗП 2.2*	Корпоративна соціальна відповідальність*	4	залік
	Інтелектуальна власність*		
	Глобальна економіка*		
	Усього	**8**	
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ВДПП 4.1.*	Маркетинг відносин*	4	залік
	Інвестиційний менеджмент*		
	Управління фінансовими ризиками*		
ВДПП 4.2*	Статистичне забезпечення маркетингової діяльності*	4	залік
	Консолідація фінансової звітності*		
	Страховий менеджмент*		
ВДПП 4.3*	Управління збутовими комунікаціями*	4	залік

	Бюджетний менеджмент*		
	Бренд-менеджмент*		
ВДПП 4.4*	Комерційна діяльність посередницьких підприємств*	3	залік
	Інноваційний розвиток підприємства*		
	Система національних рахунків*		
	Усього	**15**	
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**23**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**90**	

*** - Здобувач вищої освіти обирає одну з навчальних дисциплін.**

2.2. Структурно-логічна схема ОП «Маркетинг»

Компоненти освітньої програми				
1 курс 1 семестр			**1 курс 2 семестр**	
1	ОЗП 1.1. Іноземна мова у професійній діяльності		**1**	ОПП 3.5. Маркетинговий менеджмент
2	ОЗП 1.2. Українська мова професійного спілкування		**2**	ОПП 3.6. Логістичний менеджмент
3	ОЗП 1.3. Методологія наукових досліджень та академічна доброчесність		**3**	ВЗП 2.1. Фінансовий менеджмент*/ Сучасні економічні теорії*/ Система забезпечення якості*
4	ОЗП 1.4. Діагностика та моделювання економічних процесів		**4**	ВЗП 2.2. .Корпоративна соціальна відповідальність*/ Інтелектуальна власність*/ Глобальна економіка*
5	ОПП 3.1. Рекламний менеджмент		**5**	ВПП 4.1. Маркетинг відносин*/ Інвестиційний менеджмент*/ Управління фінансовими ризиками*
6	ОПП 3.2. Стратегічний маркетинг		**6**	ВПП 4.2. Статистичне забезпечення маркетингової діяльності*/ Консолідація фінансової звітності*/ Страховий менеджмент*
7	ОПП 3.3. Маркетингова політика розподілу		**7**	ВПП 4.3. Управління збутовими комунікаціями*/ Бюджетний менеджмент*/ Бренд-менеджмент*
8	ОПП 3.4. Товарна інноваційна політика		**8**	ВПП 4.4. Комерційна діяльність посередницьких підприємств*/ Інноваційний розвиток підприємства*/ Система національних рахунків*
Переддипломна практика зі спеціальності «Маркетинг»				
Підготовка дипломної роботи зі спеціальності «Маркетинг»				
Атестація				

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

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 межі предметних галузей	**Уміння** **УМ1.** Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог **УМ2**. Провадження 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 - 8				
ЗК 1		УМ1	К1	АВ1
ЗК 2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК 3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК 4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК 5		УМ1	К1	АВ2
ЗК 6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності - 11				
СК 1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК 2	ЗН2			АВ3
СК 3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК 4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК 5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК 6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК 7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК 8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК 9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
СК 10	ЗН1	УМ2	К2	
СК 11		УМ2	К2	АВ1

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей (7-й рівень, магістерський)

Програмні результати навчання	Компетентності																			
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності										
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11
Р1										+	+	+						+		
Р2		+	+							+		+						+		
Р3		+					+							+						
Р4		+	+		+										+	+	+			
Р5							+					+								
Р6		+					+			+		+			+		+			
Р7			+	+									+	+	+		+			
Р8			+			+							+							
Р9		+								+			+		+		+			
Р10		+	+												+	+	+			
Р11							+							+	+	+	+			
Р12		+					+							+		+	+			
Р13		+		+										+	+	+	+			
Р14						+									+		+			
Р15						+					+	+		+		+				
Р16		+	+				+							+	+	+	+		+	+
Р17		+		+											+				+	+

3. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОДЗП 1.1	ОДЗП 1.2	ОДЗП 1.3	ОДЗП 1.4	ОДПП 3.1	ОДПП 3.2	ОДПП 3.3	ОДПП 3.4	ОДПП 3.5	ОДПП 3.6	ОПП 3.7	ОПП3.8
ЗК-1			+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК-2			+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК-3			+	+		+						
ЗК-4	+	+	+	+	+	+	+	+				
ЗК-5	+	+										
ЗК-6	+	+	+	+		+	+	+	+	+		
ЗК-7		+	+	+	+	+				+	+	+
ЗК-8			+		+	+					+	
СК-1					+	+	+	+	+	+		
СК-2						+					+	+
СК-3					+		+		+	+		
СК-4	+	+	+	+				+		+		
СК-5					+	+	+	+	+	+		
СК -6					+	+	+	+	+	+		
СК-7					+	+	+	+	+	+		
СК-8							+	+	+			
СК-9					+	+	+	+	+	+		

4. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньої програми

	ОДЗП 1.1	ОДЗП 1.2	ОДЗП 1.3	ОДЗП 1.4	ОДПП 3.1	ОДПП 3.2	ОДПП 3.3	ОДПП 3.4	ОДПП 3.5	ОДПП 3.6	ОПП 3.7	ОПП3.8
РН-1					+		+	+				
РН-2												
РН-3						+				+		
РН-4												
РН-5		+	+					+		+		
РН-6					+		+		+			+
РН-7										+		
РН-8		+		+			+					
РН-9					+			+				+
РН-10					+	+		+				+

PH-11	+								+			
PH-12		+	+	+								
PH-13						+	+			+	+	
PH-14												
PH-15				+		+		+		+		
PH-16					+		+					
PH-17	+			+						+	+	+