

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КНТЕУ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ХТЕІ КНТЕУ
22 травня 2020 р.
(протокол № 9)

ВВЕДЕНО В ДІЮ з 1.09.2020 р.

наказ ХТЕІ КНТЕУ
від 03 червня 2020 р. № 85-О

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

**другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр
спеціальність «Маркетинг»
спеціалізація «Маркетинг»**

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Попова Н. В. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ, керівник групи.

2. Катаєв А. В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ, заступник директора з науково-педагогічної роботи Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

3. Невертій Г. С. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

4. Павленко І. В. – директор магазину ТОВ «Брокард–Україна» в м Харків.

5. Затолока Н. С. – студентка четвертого курсу спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг» групи МР-17 Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Сосновий В. А. – заступник директора ТОВ «Міжнародний маркетинг-центр».

2. Звягінцева Т. В. – директор з розвитку Східного регіону ТОВ «Брокард–Україна».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг (за спеціалізацією «Маркетинг»)

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет Харківський торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу за спеціалізацією «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Сертифікат про акредитацію освітньої програми «Маркетинг» другий (магістерський) рівень вищої освіти ХТЕІ КНТЕУ від 23.12.2019 № 17 (3.58). Срок дії сертифіката до 23.12.2024.
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	23.12.2024
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/mod/book/view.php?id=1676
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності в умовах діджиталізації суспільства, що передбачають проведення досліджень та / або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація «Маркетинг» Обов'язкові освітні компоненти – 73 %; освітні компоненти за вибором здобувачів вищої освіти – 27 %; практична підготовка – 13 %; атестація – 20 %
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна. Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетологів, які є здатними до швидкої адаптації до

	сучасних умов ведення економічної діяльності в умовах діджиталізації суспільства.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової діяльності в умовах діджиталізації суспільства як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: діджитал-маркетинг, електронна комерція, маркетингова діяльність, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють маркетингову діяльність.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетинг); начальник комерційного відділу; професіонали у сфері маркетингу, а саме: консультант з ефективності підприємництва; консультант з маркетингу; фахівець з ефективності підприємництва; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог, категорійний менеджер); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг).
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання в аспірантурі закладу вищої освіти для отримання ступеня доктора філософії (докторські програми третього циклу навчання), у науково-дослідному інституті, академічній установі, за програмами MBA у сфері бізнесу та управління.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
Оцінювання	Поточний контроль (тестування, есе, презентації, індивідуальні завдання, практичні завдання, ситуаційні завдання), письмові екзамени, практика. Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи. Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів», «Положення про організацію освітнього процесу».

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>ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 4. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.</p> <p>ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<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</p>

	<p>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>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Реалізацію освітньої програми забезпечують науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані залучені фахівці-практики. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальних приміщень комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням, Wi-Fi, відповідає потребі. Наявна вся необхідна соціально-</p>

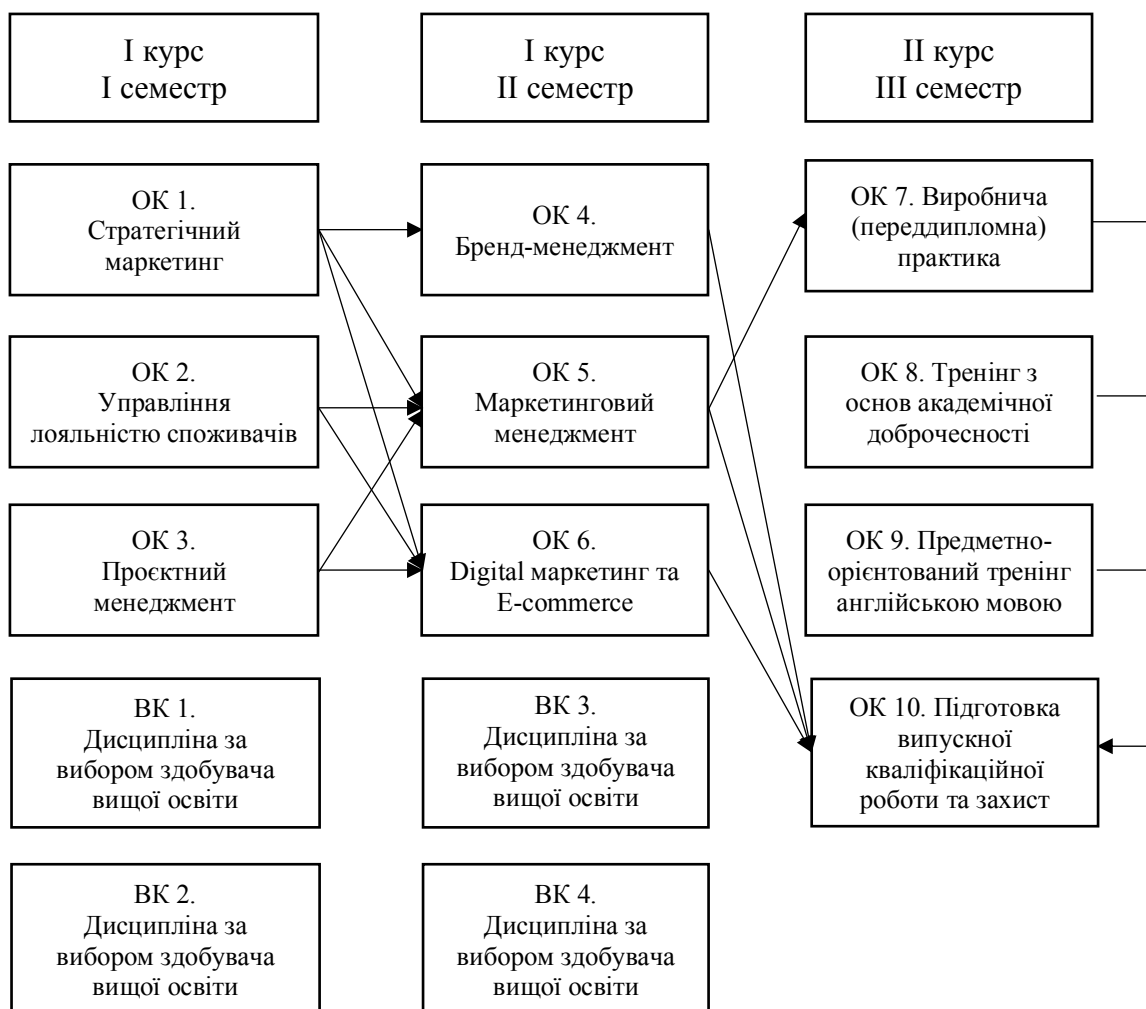
	побутова інфраструктура, в тому числі бібліотека, гуртожитки, їдальня, медпункт, закрита спортивна та тренажерна зали, спортивний майданчик, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	У ХТЕІ КНТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності. Є доступ до баз даних періодичних наукових видань відповідного або спорідненого профілю. Є офіційний веб-сайт ХТЕІ КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня, наукова діяльність, підрозділи та їх склад, правила прийому, контактна інформація), Портал навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу ХТЕІ КНТЕУ, Автоматизована Система Управління освітнім процесу, а також хмарна платформа Office 365 забезпечують дистанційний доступ до документообігу, слугують для оброблення та аналізу управлінської інформації, бізнес-планування, взаємодії підрозділів інституту, дають доступ до розкладу студентам та викладачам. Діюча система дистанційного навчання на базі Порталу забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку студентів з дисциплін освітньої програми.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України. Короткострокове навчання студентів за попередньо визначеним курсом в інших закладах вищої освіти.
Міжнародна кредитна мобільність	Студенти та співробітники інституту можуть скористатися можливістю міжнародної кредитної мобільності за рахунок угод, укладених Київським національним торговельно-економічним університетом в рамках програми Еразмус+ за напрямком K1: 1. Університет Парі Ест Кретей (м. Париж, Франція). Освітній ступінь магістр, спеціальність «Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту». 2. Бізнес-школа «Ауденсія» (м. Нант, Франція). Освітній ступінь магістр, спеціальність «Економіка, менеджмент та бізнес-адміністрування». Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою викладання. 3. Університет Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина). Освітній ступінь магістр, спеціальність «Економіка та бізнес-адміністрування»; для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою стажування
Навчання іноземних студентів	Можливе за умови: володіння українською мовою; наявності диплому бакалавра, який пройшов процедуру визнання в Міністерстві освіти і науки України

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Семестр	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП				
ОК 1	Стратегічний маркетинг	6	1	Екзамен
ОК 2	Управління лояльністю споживачів	6	1	Екзамен
ОК 3	Проектний менеджмент	6	1	Екзамен
ОК 4	Бренд-менеджмент	6	2	Екзамен
ОК 5	Маркетинговий менеджмент	6	2	Екзамен
ОК 6	Digital маркетинг та E-commerce	6	2	Екзамен
	Практична підготовка			
ОК 7	Виробнича (переддипломна) практика	9	3	Залік
ОК 8	Тренінг з основ академічної доброчесності	1,5	3	Залік
ОК 9	Предметно-орієнтований тренінг англійською мовою	1,5	3	Залік
	Атестація			
ОК 10	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист	18	3	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП				
ВК 1	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	1	Екзамен
ВК 2	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	1	Екзамен
ВК 3	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	2	Екзамен
ВК 4	Дисципліна за вибором здобувача вищої освіти	6	2	Екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент:		24		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90		

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3. Форма атестації студентів

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10
ЗК 1	+	+	+	+	+	+				
ЗК 2	+	+		+		+				+
ЗК 3		+			+					
ЗК 4	+	+		+	+	+				+
ЗК 5		+		+	+	+		+	+	
ЗК 6	+		+				+		+	+
ЗК 7					+	+				
ЗК 8			+							+
ФК 1		+	+	+	+	+	+			+
ФК 2	+		+	+				+		
ФК 3	+						+	+		+
ФК 4		+		+	+	+				
ФК 5	+		+							+
ФК 6					+					
ФК 7	+				+					+
ФК 8			+		+	+				+
ФК 9	+									+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

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