

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА



**ПРОЄКТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«МАРКЕТИНГ» («MARKETING»)**

**ОНОВЛЕНА ВЕРСІЯ ПРОГРАМИ,  
ЩО ЗАПРОВАДЖУЄТЬСЯ З 2026-2027 н.р.  
ID за базою ЄДЕБО 67800**

**другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю D5 «Маркетинг»  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

**Освітня кваліфікація: магістр маркетингу**

Затверджено рішенням  
Вченої ради Східноукраїнського  
національного університету імені  
Володимира Даля  
протокол №  
Освітньо-професійна програма вводиться в  
дію з 2026-2027\_ навчального року  
Наказ №

Ректор \_\_\_\_\_

Київ 2026

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ****Перший проректор****Дмитро МАРЧЕНКО****Начальник відділу  
забезпечення якості освітньої  
діяльності та якості вищої  
освіти****Людмила ВОЛОДИНА****Директор центру  
організаційно-методичного  
забезпечення освітньої  
діяльності****Павло БОРОВІК****Декан факультету  
економіки та управління****Євген ІВЧЕНКО****Завідувачка кафедри  
публічного управління,  
менеджменту та маркетингу****Олена ХАНДИЙ**

## ПЕРЕДМОВА

ВНЕСЕНО кафедрою публічного управління, менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

Освітньо-професійна програма "МАРКЕТИНГ" для другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань D "Бізнес, адміністрування та право" розроблена у зв'язку з переходом на нову редакцію Переліку галузей знань та спеціальностей, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266.

Ця освітньо-професійна програма запроваджується з 2025-2026 навчального року для здійснення набору здобувачів вищої освіти для здобуття ступеня магістра з 2025 року.

Водночас, акредитована за спеціальністю освітньо-професійна програма "МАРКЕТИНГ" спеціальності 075 "МАРКЕТИНГ" другого (магістерського) рівня вищої освіти є тотожною новій програмі та використовується для забезпечення можливості продовження навчання здобувачами вищої освіти, які були зараховані на навчання до 2025 року, а також для переведення та поновлення на навчання.

Освітньо-професійна програма "МАРКЕТИНГ" для другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань D "Бізнес, адміністрування та право" є нормативним документом, розробленим у відповідності до вимог Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузь знань 07 "Управління та адміністрування", за спеціальністю 075 "Маркетинг", затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 1001 від 04.08.2020 р.

Останні зміни внесено відповідно до:

*Наказу МОН України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» від 28.05.2021 р. № 593.*

*Наказу МОН України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» від 29.12.2023 № 1583.*

*Наказу МОН України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» від 13.06.2024 № 842.*

В освітній програмі враховано пропозиції стейкхолдерів.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході до підготовки спеціалістів у галузі D "Бізнес, адміністрування та право" спеціальності D5 "Маркетинг".

Розроблено робочою групою у складі:

Керівник робочої проектної групи:

Юлія Івченко керівник робочої проектної групи, гарант програми – PhD, доц., доцент кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу.

Члени робочої проектної групи:

Хандій О.О., д.е.н., проф., завідувач кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу;

Бучнєв М.М., к.е.н, доц., доцент кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу.

До обговорення освітньої програми було залучено стейкхолдерів:

1. Пікерман Марина роботодавець ТРАНСПЕЛЕ.
2. Дмитро Сорочан (представник роботодавця) – начальник відділу маркетингу ТОВ "ПК "ПОЖМАШИНА "

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» д.е.н, проф., професор кафедри міжнародного маркетингу Ірина Тараненко.

Mr. Mohamad Kano Director, Retail, Entrepreneur “KANOU MARKT”, Germany.

## 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1 - Загальна інформація	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, кафедра публічного управління, менеджменту та маркетингу. Кафедра публічного управління, менеджменту та маркетингу
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий рівень вищої освіти. відповідає НРК – 7 рівень, QF ENEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
<b>Код і назва галузі знань</b>	D Бізнес, адміністрування та право
<b>Код і назва спеціальності</b>	D5 Маркетинг
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>ID в ЄДЕБО</b>	67800
<b>Тип освітньої програми</b>	Освітньо-професійна
<b>Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації мовою оригіналу</b>	Магістр Магістр маркетингу
<b>Форма навчання та розрахунковий строк виконання освітньої програми</b>	Інституційна (денна, заочна) та/або дуальна. Розрахунковий строк виконання: 1 рік 4 місяці.
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти — Магістр, Спеціальність — D5 Маркетинг, Освітньо-професійна програма — Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиночний, 90 кредитів ЄКТС
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію НД № 1391296. Термін дії до 01.07.2026 р. акредитована, з посиланням на сертифікат]
<b>Передумови</b>	Наявність першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, можливе подання вступниками сертифікатів Зовнішнього незалежного оцінювання з певних предметів відповідно до діючого законодавства
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська

<b>Періодичність перегляду та оновлення освітньої програми</b>	Перегляд ОП відбувається щороку, оновлення не рідше один раз на два роки або за наявності суттєвих змін у законодавстві, стандартах вищої освіти чи потребах ринку праці.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://moodle2.snu.edu.ua/">http://moodle2.snu.edu.ua/</a>
<b>2 - Мета освітньої програми</b>	
<p>Метою магістерської програми є підготовка магістрів, як фахівців нового покоління, здатних, планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності, надавати комплекс маркетингових послуг, сприяти розвитку інноваційних процесів у сфері маркетингової діяльності з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств для успішної професійної діяльності в галузі маркетингу, задоволення потреб споживачів та забезпечення сталого розвитку бізнесу за рахунок спрямування на забезпечення фундаментальної теоретичної, практичної та наукової підготовки фахівців для виконання професійних завдань аналітичного, управлінського та інноваційного характеру у сфері маркетингу. Програма спрямована на формування глибоких теоретичних знань та практичних навичок, необхідних на сучасному ринку праці.</p>	
<b>3 - Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація,(за наявності))</b>	<p><i>Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право</i>  <i>Спеціальність: D5 Маркетинг.</i>  <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, методики 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.</p>
<b>Основний фокус та особливості програми</b>	Програма має фокус на спеціальну підготовку маркетингологів згідно із потребами ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища та роботи з використанням технологій цифрового маркетингу, що передбачає застосування

	<p>професійних компетентностей в сфері маркетингу.          Це забезпечується шляхом інтеграції практико-орієнтованих підходів до навчання, що включають:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проєктну діяльність та співпрацю зі стейкхолдерами;</li> <li>• реалізацію програм стажування (в тому числі міжнародних);</li> <li>• участь здобувачів у програмах академічної мобільності.</li> </ul>
<b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Випускник здатен виконувати професійні завдання в сфері маркетингових досліджень, аналізу ринку і поведінки споживачів, розроблення та реалізації маркетингових стратегій і програм, управління брендом, просування товарів і послуг, а також цифрового маркетингу. Можливі посади відповідно до Класифікатора професій (ДК 003:2010):</p> <p>1233 Директор з маркетингу;          1233 21407 - 1** Директор комерційний;          1233 23842 65 Начальник комерційного відділу;          1233 24028 1 Начальник відділу збуту (маркетингу);          1234 23898 82 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю);          1235 23712 1** Начальник відділу зовнішньої кооперації;          1235 23875 1 Начальник відділу матеріально-технічного постачання;          1235 24091 Начальник управління;          1235 Начальник відділу;          1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу;          1475.4 1 Менеджер (управитель) з логістики;          1475.4 1 Менеджер (управитель) із збуту;          1475.4 1 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю;          1475.4 Менеджер (управитель) з постачання;          1476.1 1 Менеджер (управитель) з реклами;          2419.1 Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);          2419.1 Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);          2419.1 23667 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);          2419.2 Консультант з маркетингу;          2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою;          2419.2 18, 65 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог);          2419.2 65 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку;          2310.2 Викладач вищого навчального закладу;</p>
<b>Подальше навчання</b>	<p>Випускники освітньо-професійної програми мають можливість:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Продовжити навчання за кваліфікаційними рівнями: НРК України – 8, рівень FQ-EHEA – третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень. у вітчизняних чи закордонних закладах вищої освіти.</li> <li>• Поглибити або розширити свої професійні компетентності через участь у програмах післядипломної освіти, сертифікатних курсах та тренінгах, що реалізуються в межах формальної, неформальної та інформальної освіти.</li> <li>• Здобути додаткові кваліфікації в системі освіти дорослих.</li> </ul>
<b>5 - Викладання та оцінювання</b>	
<b>Підходи до</b>	Використовується студентоцентризований підхід та проблемно-

<b>викладання та навчання</b>	орієнтоване навчання. Використовуються лекційні курси, семінари, практичні заняття в малих групах, консультації, самопідготовка у бібліотеці та на основі Інтернету, проектна робота та індивідуальні консультації. Використовуються електронні навчальні курси.
<b>Оцінювання</b>	<p>Оцінювання включає весь спектр контрольних процедур у залежності від компетентнісних характеристик (знання, уміння, комунікація, автономність і відповідальність) результатів навчання, досягнення яких контролюється.</p> <p>Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною рейтинговою шкалою відповідно до чинного законодавства.</p> <p>Система оцінювання знань з окремих дисциплін освітньо-професійної програми складається з поточного і підсумкового видів контролю.</p> <p>Поточний контроль знань здобувачів вищої освіти проводиться у формі письмових робіт (тестів), роботи на практичних заняттях, усних доповідей на семінарах та конференціях, виконання індивідуальних завдань.</p> <p>Підсумковий контроль знань здійснюється за результатами поточного контролю та/або відбувається у вигляді екзамену/диференційованого заліку, які проводяться у усній або письмовій формі.</p>
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність приймати обгрунтовані 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>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	<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</p>

оцінювати результативність і ефективність її функціонування.  
СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

### 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 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 проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти 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>ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації</p>	<p><b>PLO1.</b> To know and be able to apply in practical activities modern principles, theories, methods, and practical tools of marketing.</p> <p><b>PLO2.</b> To be able to adapt and apply new achievements in marketing theory and practice in order to achieve specific objectives and solve problems of a market entity.</p> <p><b>PLO3.</b> To plan and conduct independent research in the field of marketing, analyze its results, and justify effective marketing decisions under conditions of uncertainty.</p> <p><b>PLO4.</b> To be able to develop marketing strategies and tactics, taking into account the cross-functional nature of their implementation.</p> <p><b>PLO5.</b> To present and discuss the results of scientific and applied research, as well as marketing projects, in the state and foreign languages.</p> <p><b>PLO6.</b> To be able to enhance the efficiency of a market entity's marketing activities at different management levels, develop marketing projects, and manage them.</p> <p><b>PLO7.</b> To be able to design and improve the marketing system of a market entity.</p> <p><b>PLO8.</b> To use interpersonal communication methods in solving collective tasks, conducting negotiations, and engaging in academic discussions in the field of marketing.</p> <p><b>PLO9.</b> To understand the essence and specific features of applying marketing tools in the process of marketing decision-making.</p> <p><b>PLO10.</b> To substantiate marketing decisions at the level of a market entity using modern management principles, approaches, methods, and techniques.</p> <p><b>PLO11.</b> To apply methods of strategic marketing analysis and interpret its results in order to improve the marketing activities of a market entity.</p> <p><b>PLO12.</b> To carry out diagnostics as well as strategic and operational marketing management for the development and implementation of marketing strategies, projects, and programs.</p> <p><b>PLO13.</b> To manage the marketing activities of a market entity, as well as its units, groups, and networks, and to determine criteria and indicators for their evaluation.</p> <p><b>PLO14.</b> To develop a marketing interaction system and build long-term mutually beneficial relationships with other market participants.</p> <p><b>PLO15.</b> To collect necessary data from various</p>
--	---

<p>маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>	<p>sources, process and analyze it using modern methods and specialized software.</p>
<b>8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Відповідає ліцензійним вимогам відповідно до кадрових вимог забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти (Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Відповідає ліцензійним вимогам. Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня вищої освіти (Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції, зокрема, використання бібліотечних фондів, електронного репозитарію, платформи дистанційного навчання університету (e-Samrus) та інших інформаційних ресурсів
<b>9 - Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Згідно з двосторонніми угодами про співробітництво та меморандумами про співпрацю з установами, організаціями та підприємствами. Ці угоди передбачають визначення та погодження обсягу, переліку компетентностей та результатів навчання, які здобувач отримує під час практичної підготовки, а також через неформальну та інформальну освіту. Це забезпечує відповідність здобутих компетентностей вимогам майбутньої професійної діяльності.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Міжнародна кредитна мобільність реалізується відповідно до угод щодо співробітництва, стажування та навчання між університетом та міжнародними установами, організаціями та підприємствами. Програми міжнародної мобільності сприяють набуттю здобувачами компетентностей та практичного досвіду, необхідних для присвоєння професійних кваліфікацій, з урахуванням європейських рамок кваліфікацій (зокрема, ESCO/EUROPASS)..
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземців здійснюється у відповідності до порядку вступу до університету у відповідному році навчання.

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

### 2.1. Перелік компонент ОП "Маркетинг"

№ освітньої компоненти	№ освітньої компоненти за навчальним	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Семестр	Форма підсумкового контролю
<b>1. ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ (ОК)</b>					
<b>1.1. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</b>					
ОК1	1.1.01	Іноземна мова	1,5	1	залік
ОК2	1.1.02	Методологія та організація наукових досліджень	3,0	1	залік
ОК3	1.1.03	Публічні закупівлі	3,0	1	залік
ОК4	1.1.04	Стратегічний маркетинг	4,5	2	залік
ОК5	1.1.05	Маркетинговий менеджмент	4,0	1	екзамен
ОК6	1.1.06	Маркетинг відносин	4,0	1	залік
ОК7	1.1.07	Бренд-менеджмент	4,0	2	екзамен
ОК8	1.1.08	Програмно-цільове управління	4,0	1	екзамен
ОК9	1.1.09	Логістичний менеджмент	4,0	1	екзамен
ОК10	1.1.10	Паблік Рілейшнз	3,5	2	екзамен
ОК11	1.1.11	Товарна інноваційна політика	4,0	2	екзамен
ОК12	1.1.12	Інноваційний маркетинг	3,5	2	екзамен
ОК13	1.1.13	Цифровий маркетинг	3,0	3	екзамен
ОК14	1.1.14	Лідерство, організаційна поведінка та розвиток	3,0	3	екзамен
	Разом		49		
<b>1.2. Курсові проекти (роботи) (к)</b>					
К1	1.2.01	Стратегічний маркетинг	1,0	1	залік
К2	1.2.02	Паблік Рілейшнз	1,0	2	залік
	Разом		2		
<b>1.3. Практична підготовка за спеціальністю(П)</b>					
П1	1.3.01	Переддипломна практика	4,5	3	диф.залік
П2	1.3.02	Виконання та захист кваліфікаційної роботи	9,5	3	захист
	Разом		14		
<b>2. ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ (В)</b>					
В1		Вибіркова дисципліна 1	5,0	2	залік
В2		Вибіркова дисципліна 2	5,0	2	залік
В3		Вибіркова дисципліна 3	5,0	2	залік
В4		Вибіркова дисципліна 4	5,0	3	залік
В5		Вибіркова дисципліна 5	5,0	3	залік
	Разом		25		
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ПРОГРАМИ</b>			<b>90,0</b>		

## **2.2. Практична складова здобувачів вищої освіти**

### **2.2.1 Практики**

Практична підготовка є невід'ємною частиною освітньої програми, що забезпечує здобуття практичних навичок та досвіду для майбутньої професійної діяльності. Вона має на меті закріплення теоретичних знань, отримання професійного досвіду та формування професійних компетентностей.

Види та обсяг практики: передбачена переддипломна практика обсягом 4,5 кредити ЄКТС.

### **2.2.2. Курсові роботи (проекти)**

Курсові роботи є важливою складовою самостійної роботи студента, спрямованою на поглиблене вивчення окремих тем, розвиток навичок дослідницької діяльності та підготовку до написання кваліфікаційної роботи.

#### **1. К1 Стратегічний маркетинг, 1 кредит ЄКТС, 1 семестр.**

Програмні компетентності та 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.

ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

#### **2. К2 Паблік Рілейшнз 1 кредит ЄКТС, 1 семестр.**

Програмні компетентності та 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 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 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.

## **2.3. Атестація здобувачів вищої освіти**

Атестація здобувачів вищої освіти є обов'язковою процедурою, що завершує освітню програму та має на меті встановлення відповідності набутих ними компетентностей та

результатів навчання вимогам освітньої програми та Стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю.

### **2.3.1. Форми атестації**

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та єдиного державного кваліфікаційного іспиту (ЄДКІ), відповідно до навчального плану освітньої програми.

### **2.3.2. Вимоги та процедура захисту кваліфікаційної роботи**

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації.

У кваліфікаційній роботі має бути розв'язана складна задача чи проблема у сфері публічного управління та адміністрування, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті або в репозитарії закладу вищої освіти або його підрозділу.

### **2.3.3. Вимоги та процедура атестаційного екзамену**

Атестаційний екзамен у вигляді єдиного державного кваліфікаційного іспиту має оцінювати відповідність результатів навчання вимогам цього стандарту та відповідати організаційним вимогам до єдиного державного кваліфікаційного іспиту, які встановлюються законодавством.

### **2.3.4. Забезпечення безбар'єрного середовища під час атестації**

Відповідно до принципів інклюзивності та рівних можливостей, університет створює безбар'єрне середовище для здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами.

Індивідуалізація: забезпечується адаптація процедури атестації (додатковий час, альтернативні формати завдань, використання асистивних технологій) відповідно до індивідуальних потреб здобувача, що підтверджуються відповідними документами.

Інституційна підтримка: за потреби, призначається координатор для супроводу здобувачів з особливими освітніми потребами на всіх етапах атестації.

Організаційно-правове забезпечення: умови адаптації фіксуються рішенням кафедри, забезпечуючи конфіденційність, етичність та повагу до особистості здобувача.

## **2.4. Формування індивідуальної освітньої траєкторії**

Освітня програма передбачає можливість формування здобувачем вищої освіти індивідуальної освітньої траєкторії, що є його персональним шляхом реалізації особистісного потенціалу. Цей механізм спрямований на задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти та реалізується через вільний вибір освітніх компонентів та, за наявності, сертифікатних програм.

Ключові елементи індивідуальної освітньої траєкторії:

Вільний вибір навчальних дисциплін: Здобувач вищої освіти має право обирати дисципліни з каталогу дисциплін вільного вибору (КДВВ), обсяг яких визначається освітньою програмою та навчальним планом. Обсяг однієї вибіркової дисципліни становить 5 кредитів ЄКТС. Здобувач вищої освіти може обирати дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням декана факультету. Не дозволяється обирати дисципліну, з якої вже є позитивна оцінка.

Вибір програм профілізації та мікрокваліфікацій: Для поглиблення знань університет може пропонувати спеціалізовані програми, такі як «тіпог» (для загального уявлення з іншої галузі), профілізація (для поглибленого вивчення певного профілю) та мікрокваліфікації (для отримання кваліфікації відповідно до професійних стандартів).

Вільний вибір теми та/або керівника кваліфікаційної роботи (за наявності в ОП): Здобувач має право обрати тему кваліфікаційної роботи з переліку, що пропонує кафедра, або обрати керівника з урахуванням напрямів його наукових досліджень.

Порядок формування та реалізації ІОТ:

1. Ознайомлення: На початку навчального року здобувачі ознайомлюються з КДВВ, який публікується в електронному розкладі університету на платформі TimeTable SNU.

2. Процедура вибору: Здобувач здійснює вибір дисциплін через свій особистий кабінет в електронній системі у визначені університетом терміни. Кафедра надає консультаційну підтримку.

3. Формування груп: Вибіркові дисципліни викладаються за умови формування групи мінімальною кількістю студентів (наприклад, 12 осіб для бакалаврів, 10 для магістрів). У разі неформування групи, здобувачам вищої освіти надається можливість повторного вибору.

4. Індивідуальний навчальний план (ІНП): На основі результатів вільного вибору здобувач формує ІНП, який затверджується на кожен навчальний рік і є обов'язковим для виконання.

Результати навчання, отримані в рамках сертифікатних програм за іншою освітньою програмою або програм академічної мобільності, можуть бути перезараховані як частина освітньої програми за рішенням Вченої ради факультету.

## 2.5. Посеместрова структурна схеми освітньої-професійної програми

<i>1 семестр:</i>		<i>2 семестр:</i>		<i>3 семестр:</i>	
Іноземна мова (ОК1)		Бренд-менеджмент (ОК7)		Цифровий маркетинг (ОК13)	
Методологія та організація наукових досліджень (ОК2)		Паблік Рілейшнз (ОК10)		Лідерство, організаційна поведінка та розвиток (ОК14)	
Публічні закупівлі (ОК3)		Курсова робота з «Паблік Рілейшнз» (К2)		Переддипломна практика (П1)	
Маркетинговий менеджмент (ОК5)		Інноваційний маркетинг(ОК12)		Кваліфікаційна робота магістра (П2)	
Маркетинг відносин (ОК6)					
Програмно-цільове управління (ОК8)		Стратегічний маркетинг (ОК4)			
Логістичний менеджмент (ОК9)		Товарна інноваційна політика (ОК11)		Вибіркова дисципліна 4 (В4)	
Курсова робота з «Стратегічний маркетинг» (К1)				Вибіркова дисципліна 5 (В5)	
		Вибіркова дисципліна 1 (В1)			
		Вибіркова дисципліна 2 (В2)			
		Вибіркова дисципліна 3 (В3)			



## 2.7. Матриця (Результати навчання-Компоненти):

Назва освітньої компоненти	№ освітньої компоненти	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15
Іноземна мова	1.1.01	+				+		+	+							
Методологія та організація наукових досліджень	1.1.02	+	+	+		+			+							+
Публічні закупівлі	1.01.03	+		+			+		+							
Стратегічний маркетинг	1.01.04	+	+	+	+		+					+	+			+
Маркетинговий менеджмент	1.1.05	+	+		+			+		+	+	+		+		
Маркетинг відносин	1.1.06			+	+		+		+						+	
Бренд-менеджмент	1.1.07	+				+	+		+	+					+	
Програмно-цільове управління	1.1.08			+				+			+			+		
Логістичний менеджмент	1.1.09		+	+	+	+	+						+			
Паблік Рілейшнз	1.1.10	+	+		+	+		+	+							
Товарна інноваційна політика	1.1.11			+	+		+			+	+	+	+	+	+	
Інноваційний маркетинг	1.1.12	+	+		+	+	+						+			
Цифровий маркетинг	1.1.13		+	+	+		+			+		+				+
Лідерство, організаційна поведінка та розвиток	1.1.14		+			+	+	+	+					+	+	



**2.8. Зведена таблиця відповідності дисциплін до результатів навчання (ПРН) та відповідних до них компетентностей:**

Шифр освітньої компоненти	Результати навчання (ПРН)	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні компетентності (СК)
OK1	ПРН1, ПРН5, ПРН7, ПРН8	ЗК5	СК1, СК9
OK2	ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН5, ПРН8, ПРН 15	ЗК2, ЗК6, ЗК8	СК1, СК2, СК3, СК4, СК9
OK3	ПРН1, ПРН3, ПРН8	ЗК1, ЗК5, ЗК7	СК1, СК2, СК3, СК4, СК9
OK4	ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН8, ПРН 15	ЗК1, ЗК2, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК8	СК1, СК2, СК3, СК5, СК7, СК8, СК9
OK5	ПРН1, ПРН2, ПРН4, ПРН7, ПРН9, ПРН 10, ПРН11, ПРН13	ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК8	СК1, СК2, СК5, СК6, СК7, СК8
OK6	ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН8, ПРН14	ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК8	СК2, СК8
OK7	ПРН1, ПРН5, ПРН6, ПРН8, ПРН9, ПРН 14	ЗК1, ЗК2, ЗК4, ЗК5, ЗК6	СК1, СК4, СК6, СК7
OK8	ПРН3, ПРН7, ПРН10, ПРН13	ЗК3	СК1, СК2, СК5, СК6, СК7, СК8
OK9	ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН5, ПРН6, ПРН12	ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7	СК7
OK10	ПРН1, ПРН2, ПРН4, ПРН5, ПРН7, ПРН8	ЗК2, ЗК4, ЗК5	СК1, СК4
OK11	ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН9, ПРН10, ПРН 11, ПРН12, ПРН13, ПРН14	ЗК2, ЗК4, ЗК6	СК1, СК3, СК4, СК7
OK12	ПРН1, ПРН2, ПРН4, ПРН5, ПРН6, ПРН12	ЗК2, ЗК4, ЗК7	СК1, СК4

Шифр освітньої компоненти	Результати навчання (ПРН)	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні компетентності (СК)
ОК13	ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН 9, ПРН11	ЗК2, ЗК4, ЗК6, ЗК7	СК1, СК6, СК7, СК8
ОК14	ПРН2, ПРН5, ПРН6, ПРН7, ПРН8, ПРН13, ПРН14	ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК5, ЗК7,ЗК8	СК1, СК4, СК6
К1	ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН5, ПРН6, ПРН 11, ПРН12, ПРН15	ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК6, ЗК8	СК1, СК2, СК3, СК5, СК7, СК8, СК9
К2	ПРН1, ПРН2, ПРН4, ПРН5, ПРН7, ПРН8, ПРН12, ПРН15	ЗК2, ЗК3, ЗК5, ЗК7, ЗК8	СК1,СК2, СК3, СК7, СК9
П1	ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН5, ПРН6, ПРН7, ПРН8, ПРН9, ПРН 10, ПРН11, ПРН1, ПРН12, ПРН13, ПРН14, ПРН15	ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК5, ЗК7, ЗК8	СК1,СК2, СК3, СК4,СК5, СК6, СК7, СК8, СК9
П2	ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН5, ПРН6, ПРН7, ПРН8, ПРН9, ПРН 10, ПРН11, ПРН1, ПРН12, ПРН13, ПРН14, ПРН15	ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК8	СК1,СК2, СК3, СК4,СК5, СК6, СК7, СК8, СК9



### 3. Опис системи внутрішнього забезпечення якості ОП

Метою системи внутрішнього забезпечення якості освітньої програми (ОП) «Назва програми» є гарантування її відповідності стандартам вищої освіти, а також постійне вдосконалення та підвищення її конкурентоспроможності.

Система базується на принципах прозорості, об'єктивності та залучення всіх стейкхолдерів.

#### 3.1. Критерії оцінювання якості ОП

Оцінка якості освітньої програми здійснюється за такими ключовими критеріями:

Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти: Аналіз показників успішності, результатів атестації та якості кваліфікаційних робіт.

Актуальність змісту ОП: Відповідність програмних результатів навчання та змісту освітніх компонентів сучасним вимогам ринку праці, науковим дослідженням та потребам стейкхолдерів.

Задоволеність стейкхолдерів: Результати щорічних анонімних опитувань здобувачів, випускників та роботодавців щодо якості освітнього процесу, змісту програми та матеріально-технічного забезпечення.

Кваліфікація та ефективність викладачів: Моніторинг підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, їхньої участі в науково-дослідній діяльності та професійному розвитку.

#### 3.2. Механізми забезпечення та вдосконалення якості

Для постійного вдосконалення ОП застосовуються такі механізми:

Зворотний зв'язок: Регулярний збір та аналіз відгуків від студентів, випускників, роботодавців і членів робочої групи.

Моніторинг: Щорічний аналіз результатів освітнього процесу та показників, визначених критеріями якості.

Періодичний перегляд ОП: щороку, що ґрунтується на аналізі зібраних даних, вимогах ринку праці та рекомендаціях стейкхолдерів, оновлення не рідше один раз на два роки або за наявності суттєвих змін у законодавстві, стандартах вищої освіти чи потребах ринку праці.

Публічне звітування: Результати моніторингу та перегляду ОП публікуються на офіційному вебсайті університету, що забезпечує відкритість та прозорість процесу.

### 4. Перелік нормативних документів, на яких базується ОП «Маркетинг»

#### А. Офіційні документи:

1. Закон «Про вищу освіту» – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон «Про освіту» – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. – <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
4. Національна рамка кваліфікацій – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Перелік галузей знань і спеціальностей, 2015 – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Указ Президента України «Питання європейської та євроатлантичної інтеграції» від 20 квітня 2019 р. № 155/2019 – <https://www.president.gov.ua/documents/1552019-26586>
7. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584)

#### Б. Корисні посилання:

1. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) та загальними компетентностями та прикладами стандартів – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

2. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад. : В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя.– К. : ТОВ "Видавничий дім "Плеяди", 2014.– 100 с. – <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=83:hlosarii-terminiv-vyshchoi-osvity-2014-r-onovlene-vydannia-z-urakhuvanniam-polozhen-novoho-zakonu-ukrainy-pro-vyshchu-osvitu&start=80>

3. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти – <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=82:bolonskyi-protseesu-nova-paradyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych&start=80>

4. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП "НВЦ "Пріоритети", 2014. – 120 с. – <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=84:rozroblennia-osvitnikh-prohram-metodychni-rekomendatsii&start=80>

5. ESG 2015 (Стандарти та рекомендації із забезпечення якості в ЄПВО) – [https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04\\_2016\\_ESG\\_2015.pdf](https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf)

6. EQF 2017 (Європейська рамка кваліфікацій) – <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cee970-518f-11e7-a5ca-01aa75ed71a1/language-en>;

<https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>

7. QF EHEA 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО) – [http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial\\_declarations/EHEAParis2018\\_Communiqué\\_AppendixIII\\_952778.pdf](http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial_declarations/EHEAParis2018_Communiqué_AppendixIII_952778.pdf)

8. ISCED (Міжнародна стандартна класифікація освіти, МСКО) 2011 – <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>; <http://uis.unesco.org/en/topic/internationalstandardclassification-education-isced>

9. ISCED-F (Міжнародна стандартна класифікація освіти – Галузі, МСКО-Г) 2013 – <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/internationalstandardclassification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailedfielddescriptions-2015-en.pdf>