

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

ПРОЄКТ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітня кваліфікація *Магістр маркетингу*

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

_____ **Володимир ОНИЩЕНКО**
(протокол № ____ від «__» _____ 2024 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з

Ректор _____ Володимир ОНИЩЕНКО
(наказ № ____ від «__» _____ 202 р.)

Полтава, 2024

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Другий (магістерський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Магістр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 Управління та адміністрування</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 Маркетинг</u>
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>Магістр маркетингу</u>

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

_____ Анатолій МАРТИНЕНКО
« ____ » _____ 2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор департаменту організації навчального процесу, акредитації та ліцензування

_____ Олег МАКСИМЕНКО
« ____ » _____ 2023 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Вченою радою

Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол № __ від «__» _____ 2023 р.

Голова вченої ради інституту

_____ Ірина КРЕКОТЕНЬ

СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією

Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол № __ від «__» _____ 2023 р.

Голова НМК інституту

_____ Євгенія КАРПЕНКО

СХВАЛЕНО

Кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол № __ від «__» _____ 2023 р.

Заст. завідувача кафедрою

_____ Марина ЧИЖЕВСЬКА

РОЗРОБЛЕНО

Проектною (робочою) групою,

Керівник проектної (робочої) групи,

гарант освітньо-професійної програми

_____ Вікторія ДОБРЯНСЬКА

« ____ » _____ 2023 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузь знань – 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. №960.

Програму розроблено проєктною (робочою) групою у складі:

Керівник проєктної (робочої) групи:

Добрянська Вікторія Вікторівна – гарант освітньо-професійної програми, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу;

Члени проєктної (робочої) групи:

Скрильник Андрій Сергійович – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат економічних наук, доцент;

Івасенко Олена Анатоліївна – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат економічних наук.

До розробки освітньої програми були долучені:

Бойко Ю. О. – керівник рекламної агенції «Бойко»;

Товстун В.В. – директор Полтавської філії ТОВ «Метал Холдінг трейд»;

Шумейко Юлія – випускниця спеціальності 075 «Маркетинг», 2020 р.;

Передерій Ярослав – випускник спеціальності 075 «Маркетинг», 2019 р.;

Бугай Аліна – студентка групи 501 ЕР;

Соснін Артем – студент групи 501 ЕР.

Зовнішні рецензенти:

1. ТОВ «ПОЛТАВА МЕДІА МАРКЕТ»
2. Полтавська обласна громадська організація «Європейський вибір Полтавщини»
3. ПП "ПРЕМ'ЄР СОКС"
4. ПП "АСТРАЯ"
5. Завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії
6. Доцент кафедри економіки та маркетингу Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1.1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»; Навчально–науковий інститут фінансів, економіки, управління та права Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми	https://nupp.edu.ua/page/litsenzuvannya-ta-akreditatsiya.html
Форми навчання	Денна, заочна, дистанційна
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – «Маркетинг»
Опис предметної області	<p>Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: 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.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти,</p>

	необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права випускників	Можливість продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти та здобувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти
Обсяг кредитів за Європейською кредитно-трансферною системою, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти	90 кредитів ЄКТС Термін навчання – 1 рік, 5 місяців
Наявність акредитації	Акредитовано: - Міністерством освіти і науки України, - сертифікат про акредитацію УД17012044 від 03.06.2020 - термін дії до 01.07.2024
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня вищої освіти «бакалавр»
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію освітньої програми
1.2. Мета освітньої програми	
Мета освітньої програми	Мета освітньої програми підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним креативним ринковим мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного вирішення проблем і розв'язання практичних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та імплементацію інновацій в умовах невизначеності маркетингового середовища.
1.3. Характеристика освітньої програми	
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма базується на сучасних підходах та методах маркетингу. Програма орієнтована на отримання актуальних професійних знань і навичок, у тому числі у маркетингу креативних індустрій.
Основний фокус освітньої програми	Другий рівень вищої освіти в галузі управління та адміністрування. Акцент – на формування здатності здійснювати ефективну маркетингову діяльність суб'єктів господарювання, зокрема креативних індустрій. Ключові слова: маркетинг, маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, товарна інноваційна політика, маркетинг креативних індустрій.

<p>Особливості відмінності програми</p>	<p>та Програма розкриває перспективи сучасного маркетингу, розвиває професійні знання і критичне мислення.</p> <p>Особливістю програми є орієнтація на широке використання сучасних комунікаційних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки, зокрема креативних індустрій.</p> <p>Відмінністю програми від інших є те, що її реалізація спрямована на формування у здобувачів вищої освіти, стратегічного маркетингового мислення та професійних навичок для ефективної діяльності підприємств, зокрема у галузі креативних індустрій.</p> <p>Студенти мають можливість вибудувати унікальну індивідуальну освітню траєкторію шляхом вибору навчальних дисциплін з відкритого каталогу університету та вибору одного із 2-х наборів професійно-орієнтованих навчальних дисциплін: «Promotion» (для тих, хто планує свою кар'єру у рекламних та PR-агенціях); «Digital-marketing» (для тих, хто планує свою кар'єру у цифровому маркетингу).</p>
--	---

1.4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування

<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Магістр здатен виконувати зазначену професійну роботу. Професійні назви робіт, коди і назви класифікаційних угруповань професій за Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010».</p> <p>Первинна посада – це посада, професійну діяльність за якою здатен виконувати випускник відповідного кваліфікаційного рівня відразу після закінчення закладу вищої освіти. Відповідність компетенціям цієї посади гарантує Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Магістр маркетингу на первинних посадах самостійно виконує переважно евристичні, частково діагностичні професійні й соціально-виробничі завдання, виконує складні економічні розрахунки, керує фахівцями нижчого посадового рівня.</p> <p>Професійні групи та назви робіт, які здатен виконувати магістр маркетингу:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління</p>
---	---

	<p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)</p> <p>2149.2 Аналітик комунікацій (крім комп'ютерів)</p> <p>2419.1 Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)</p> <p>2419.2 Фахівець з публічних закупівель</p> <p>2419.2 Консультант з ефективності підприємництва</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 18, 65 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2419.2 65 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p>
1.5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Проведення лекційних та практичних занять, тренінгів; організація майстер-класів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі у конкурсах наукових робіт, професійних творчих конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Залучення до проведення занять кваліфікованих фахівців-практиків. Написання та захист кваліфікаційної роботи, яка презентується та обговорюється за участі викладачів, практиків, студентів. Застосовуються інноваційні технології дистанційного навчання з використанням онлайн-платформ для проведення занять.</p>
Оцінювання	<p>Форми контролю: письмові екзамени (тестування, вирішення проблемних завдань, розв'язання прикладних задач), усне екзаменування, диференційовані заліки, проміжні (модульні) контрольні роботи та опитування, презентації, звіти з практик, публічний захист курсових, розрахунково-графічних робіт, публічний захист кваліфікаційної роботи.</p> <p>Види контролю: поточний та підсумковий контроль</p> <p>Шкала оцінювання: оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою, шкалою ЄКТС (ECTS), (A, B, C, D, E, FX, F), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p>
1.6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	<p>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</p>

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 (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК 10. Здатність формувати систему маркетингу у суб'єктах галузі креативних індустрій
1.7. Програмні результати (Р)	

- P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- P2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
- P16. Вміти формувати систему маркетингу у суб'єктах галузі креативних індустрій.

1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Основні характеристики кадрового забезпечення

До реалізації освітньої програми залучені науково-педагогічні працівники, які за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж науково-педагогічної діяльності та / або досвід практичної роботи, усі мають вчені звання та / або наукові ступені.

До організації освітнього процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької/управлінської/інноваційної роботи та/або роботи за фахом, частка лекційних годин науково-педагогічних працівників з практичним досвідом роботи складає більше 40%. Освітня та/або професійна кваліфікація науково-педагогічних працівників, які залучені до реалізації освітніх компонентів освітньої програми, повністю відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів

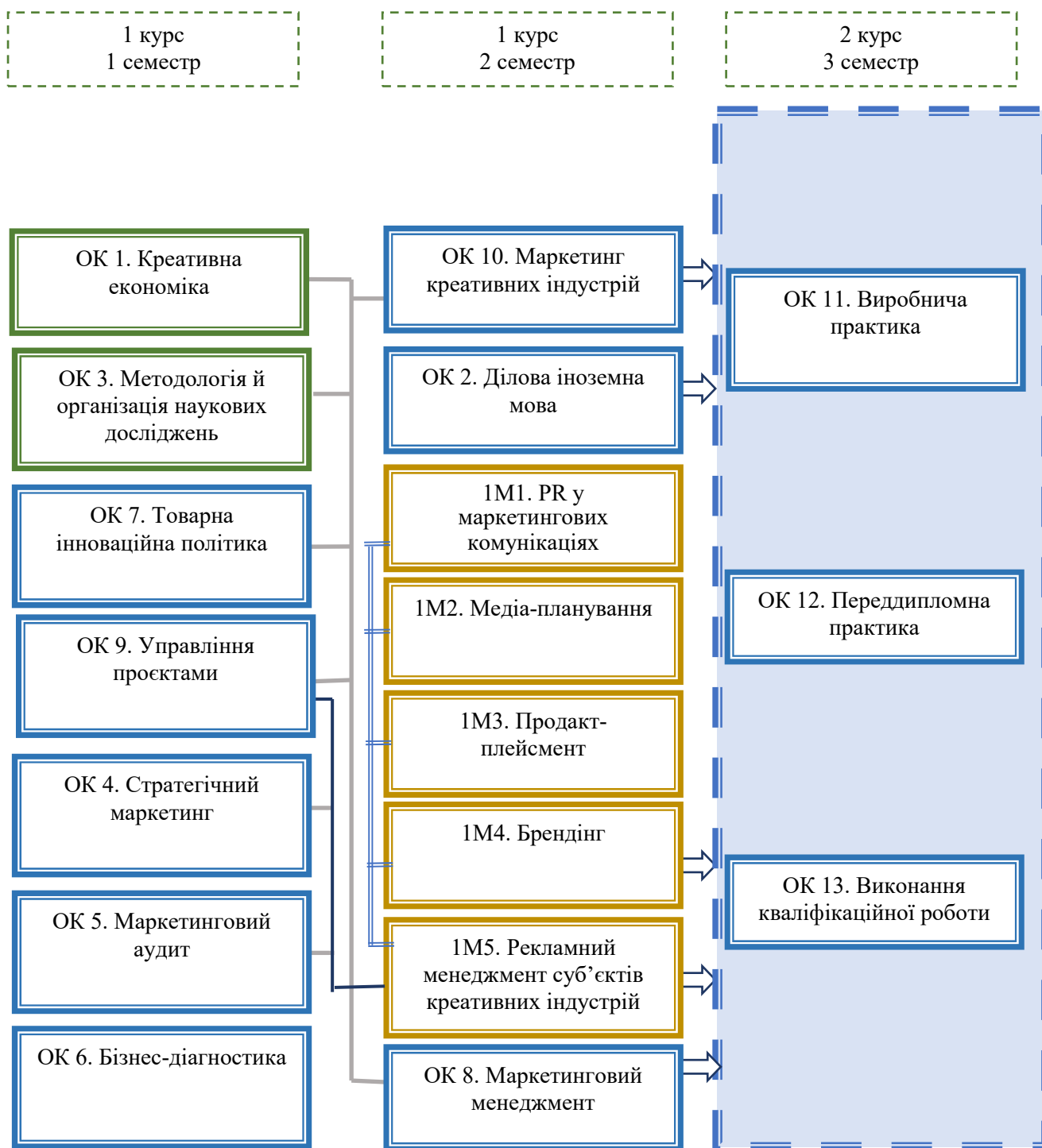
	України від 30.12.2015 р. №1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 №365)
Основні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам. Лекційні аудиторії обладнані мультимедійною технікою; навчальні аудиторії для проведення практичних занять – персональними комп'ютерами. Інструментарій та обладнання включають сучасні універсальні, спеціалізовані інформаційні системи та open-ресурси: Canva, VistaCreate, Stripo, Kubik.website, KeyCRM. У всіх аудиторіях Університету є доступ до відкритого Wi-fi.
Основні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	Усі освітні компоненти забезпечені навчально-методичними розробками науково-педагогічних працівників університету – методичними вказівками, конспектами лекцій, навчальними посібниками. Навчальні матеріали з кожного освітнього компонента освітньої програми розміщені на платформі дистанційного навчання Moodle. Студенти отримують повний доступ до електронної бібліотеки університету. Індивідуальний навчальний план та персональний розклад занять доступні в особистому електронному кабінеті студента.
1.9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» в межах України та згідно з Положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» на академічну мобільність. https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/doc/polozhennia/akademichna-mobilnist.pdf
Міжнародна кредитна мобільність	Може реалізовуватися здобувачами вищої освіти відповідно до укладених угод Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» та угоди (Еразмус+K1) у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах поза межами України та згідно з Положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» на академічну мобільність. https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/doc/polozhennia/akademichna-mobilnist.pdf
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

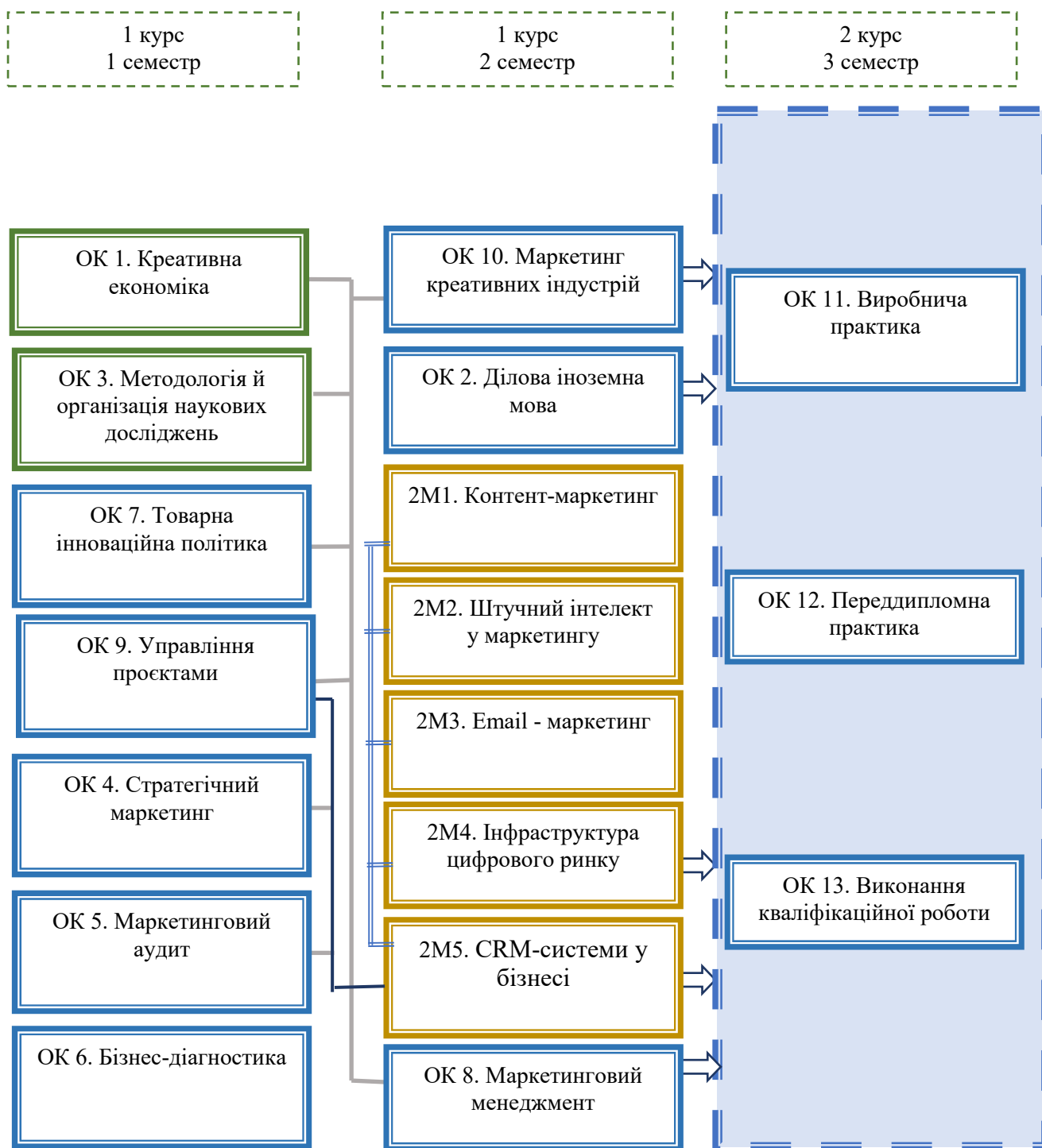
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код о/к	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ			
I. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОК 1	Креативна економіка	3	диф. залік
ОК 2	Ділова іноземна мова	4	екзамен
ОК 3	Методологія й організація наукових досліджень	4	диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент загальної підготовки:		11	
II. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОК 4	Стратегічний маркетинг	4	КР, екзамен
ОК 5	Маркетинговий аудит	4	екзамен
ОК 6	Бізнес – діагностика	4	екзамен
ОК 7	Товарна інноваційна політика	3	екзамен
ОК 8	Маркетинговий менеджмент	4	КР, екзамен
ОК 9	Управління проєктами	4	екзамен
ОК 10	Маркетинг креативних індустрій	3	екзамен
ОК 11	Виробнича практика	9	диф. залік
ОК 12	Переддипломна практика	3	диф. залік
ОК 13	Виконання кваліфікаційної роботи	18	публічний захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент професійної підготовки:		56	
Загальний обсяг обов'язкових компонент загальної та професійної підготовки:		67	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ			
I. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
УВМ1	Вільний майнор 1	4	диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент загальної підготовки:		4	
II. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Мейджор 1 (Блок вибірових дисциплін №1 Promotion)			
1 М 1	PR у маркетингових комунікаціях	4	диф. залік
1 М 2	Медіа-планування	4	диф. залік
1 М 3	Продакт-плейсмент	4	диф. залік
1 М 4	Брендінг	4	екзамен
1 М 5	Рекламний менеджмент суб'єктів креативних індустрій	3	диф. залік
Мейджор 2 (Блок вибірових дисциплін №2 Digital-marketing)			
2 М 1	Контент-маркетинг	4	диф. залік
2 М 2	Штучний інтелект у маркетингу	4	диф. залік
2 М 3	Email-маркетинг	4	диф. залік
2 М 4	Інфраструктура цифрового ринку	4	екзамен
2 М 5	CRM-системи у бізнесі	3	диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент професійної підготовки:		19	
Загальний обсяг вибірових компонент загальної та професійної підготовки		23	
ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (індивідуальна освітня траєкторія за мейджором 1 «Promotion»)



2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (індивідуальна освітня траєкторія за мейджором 2 «Digital-marketing»)



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту 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 розміщена в депозитарії Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» завершується видачею документів встановленого зразка про присудження йому ступеня магістр із присвоєнням освітньої кваліфікації: «Магістр маркетингу».

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми «Маркетинг»

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

5. Матриця відповідності програмних результатів компонентам освітньої програми

	OK1.	OK2	OK3.	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13
P 1			•							•		•	•
P 2	•		•	•			•	•		•		•	•
P 3			•			•			•	•			•
P 4	•			•	•	•							•
P 5		•	•										
P 6					•		•	•	•			•	•
P 7					•			•	•		•	•	•
P 8	•	•						•		•	•	•	
P 9				•				•				•	•
P 10								•					
P 11				•	•							•	•
P 12				•	•	•		•			•	•	
P 13								•			•	•	
P 14	•	•						•		•			
P 15			•		•	•			•		•	•	•
P 16				•			•	•	•	•			