

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
освітня кваліфікація: «Магістр маркетингу»



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

(протокол № 13 від «03» 2022 р.)



Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з 01.09. 2022 р.

Ректор В.О. Онищенко /

Наказ № 98 від «06» 2022 р.)

Полтава 2022

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти розроблена робочою групою викладачів кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» на основі стандарту вищої освіти, який затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. №960.

Розроблено проектною групою зі спеціальності 075 «Маркетинг», другий (магістерський) рівень, у складі:

Кузняк Богдан Ярославович – гарант освітньо-професійної програми, керівник проектної групи, доктор економічних наук, професор кафедри економіки, підприємництва та маркетингу;

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

Мокляк Мирослава Володимирівна – член проектної групи, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу.

Зовнішні та внутрішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньо-професійної програми:

Латиш Наталія Сергіївна – директор компанії Реклама «Есфі» Дизайн, директор Української асоціації візуальної індустрії

Товстун Віктор Вікторович – директор Полтавської філії Товариства з обмеженою відповідальністю «Метал Холдінг трейд»

Поліщук Денис Володимирович – начальник Комунального підприємства «Полтава-сервіс» Полтавської міської ради

Шумейко Юлія - випускниця спеціальності 075 «Маркетинг», 2021 р.;

Клименко Карина – випускниця спеціальності 075 «Маркетинг», 2021 р.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

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
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – магістр, Освітня кваліфікація – магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки
Наявність акредитації	Акредитована МОН України в 2018 р.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл QF-LLL – 7 рівень НРК - (рівень Національної рамки кваліфікації) – 7 рівень.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, магістра
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://nupp.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Об'єкт вивчення – маркетинг на мікро- і макrorівнях Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на поняттях, концепціях, принципах та їх використанні для управління системою маркетингу ринкового суб'єкта. Предметна область містить знання зі стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, логістичного менеджменту, рекламного менеджменту, бренд-менеджменту, маркетингу інновацій. Обов'язкові компоненти – 74,4% , які поділяються на: - дисципліни загальної підготовки – 12,2%; - дисципліни професійної підготовки – 62,2%; в тому числі: - виконання магістерської роботи – 20,0%. - практична компонента – 16,7 %, яка включає: навчально-наукова, виробнича й переддипломна практики. Вибіркові компоненти – 25,6%
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма магістра. Програма базується на сучасних підходах, методах і організаційно-технічних рішеннях й технологіях в області управління, економіки та маркетингу. Програма орієнтована на

	отримання актуальних в даній галузі знань і навичок, які сприятимуть успішній подальшій професійній або науковій кар'єрі в сферах: маркетингу, збутової діяльності, рекламної діяльності, паблік рилейшнз, мерчандайзингу.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища освіта в галузі управління та адміністрування зі спеціальності маркетинг.
Особливості програми	Програма розкриває перспективи сучасного маркетингу як на європейському, так і на світовому ринках, розвиває глибокі знання і критичний підхід до аналізу національного та регіональних ринків України. Особливістю програми є широке використання інформаційних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки Відмінність програми від інших: при реалізації даної програми значна увага буде надана формуванню стратегічного маркетингового мислення та комунікаційних навичок для ефективного проведення маркетингових досліджень на всіх типах ринків, для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр здатен виконувати зазначену професійну роботу. Професійні назви робіт, коди і назви класифікаційних угруповань професій за Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010». Первинна посада – це посада, професійну діяльність за якою здатен виконувати випускник відповідного кваліфікаційного рівня відразу після закінчення закладу освіти. Відповідність компетенціям цієї посади гарантує Національний університет «Полтавська політехніка». Магістр маркетингу на первинних посадах самостійно виконує переважно евристичні, частково діагностичні професійні й соціально-виробничі завдання, робить складні економічні розрахунки, керує фахівцями нижчого посадового рівня. Професійні групи та назви робіт, які здатен виконувати магістр маркетингу: 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі; 1452 Менеджер в оптовій торгівлі; 1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами; 1453.2 Менеджер в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами; 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами; 1454 Менеджер в роздрібній торгівлі продовольчими товарами 1475 Менеджери (управителі) з маркетингу 1475 Менеджер з маркетингу; 1475.3 Менеджер (управитель) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.3 Керуючий відділом дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1475.4 Менеджер з логістики; 1475.4 Менеджер з постачання; 1475.4 Менеджер із збуту; 1475.4 Менеджер із зв'язків з громадськістю; 1475.4 Менеджер із зовнішньоекономічної діяльності; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 1476.1 Менеджер з реклами;

	23 Викладачі; 2310.2 Інші викладачі університетів та вищих навчальних закладів; 2310.2 Асистент; 241 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності підприємництва, фінансової діяльності, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності; 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу ефективності підприємництва, фінансової діяльності, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності; 2419.2 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність підприємництва, раціоналізація виробництва); 2419.2 Консультант з ефективності підприємництва; 2419.2 Фахівець з ефективності підприємництва; 2419.2 Фахівець з методів розширення ринків збуту; 2419.2 Фахівець – аналітик з дослідження товарного ринку; 2433 Професіонали в галузі інформації та інформаційного аналізу; 2433.1 Науковий співробітник (інформаційна аналітика); 2433.2 Аналітик консолідованої інформації; 2441 Професіонали в галузі економіки.	
Подальше навчання	Програма орієнтована на продовження освіти й отримання вищих кваліфікаційних рівнів і наукових ступенів: третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, якому відповідає восьмий кваліфікаційний рівень Національної рамки кваліфікацій, з присудженням ступеня вищої освіти – доктор філософії. Можливо набуття кваліфікацій за іншими спеціалізаціями в системі післядипломної освіти.	
5 – Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання	У процесі викладання використовуються: - методики оцінювання, моделювання та прогнозування розвитку маркетингової діяльності підприємств; - сучасні технології, що базуються на елементах проблемно-орієнтованого та студентсько-центрованого навчання, дистанційного навчання.	
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЄКТС), національною 4-х бальною шкалою для екзамену і диференційованого заліку («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: письмові та комбіновані (усно-письмові) екзамени, диференційовані заліки, звіти з практик, поточний та модульний контроль, курсові роботи, підготовка наочних презентації, підготовка індивідуальних завдань, есе, звіти з практик, дипломна робота.	
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)	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
Фахові компетентності спеціальності (СК)	СК 1	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.

7 – Програмні результати навчання	
Результати навчання (Р)	P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. P2. Вміти адаптовувати 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 проєктів державною та іноземною мовами. P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти 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, проєктів 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.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Усі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. Згідно навчального плану кадрове забезпечення провадження освітньої діяльності складає: - дисципліни гуманітарної та соціально-економічної підготовки - докторів наук, професорів - 75 %, кандидатів наук, доцентів – 25 %; - дисципліни професійної підготовки - докторів наук, професорів -

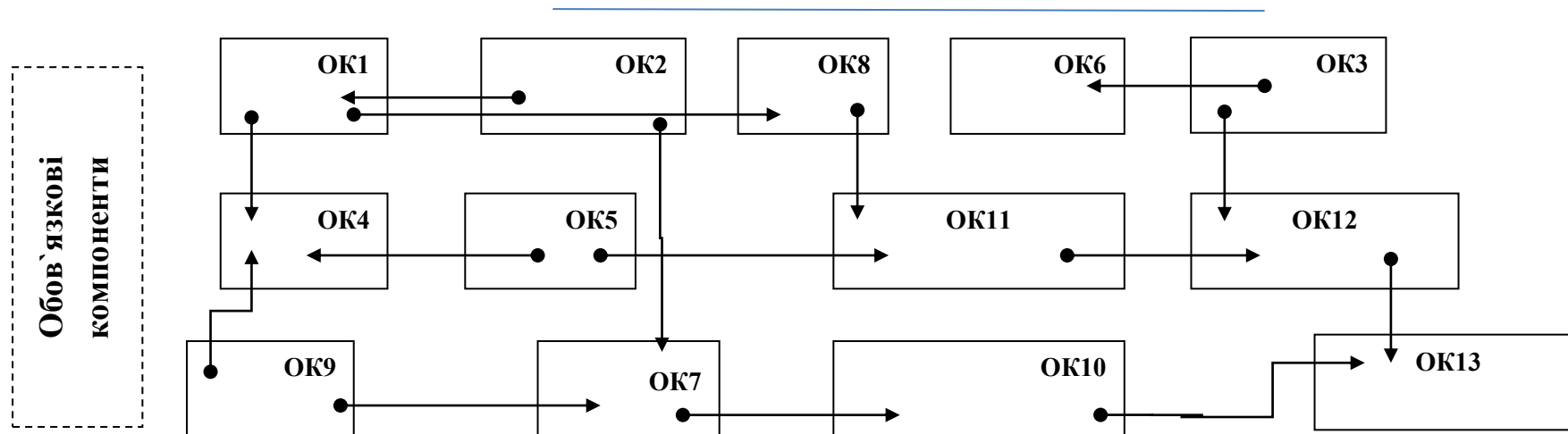
	25 %, кандидатів наук, доцентів – 60 %. В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької/управлінської/інноваційної роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інструментарій та обладнання включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи (інформаційно-комунікаційні, інформаційно-пошукові, інформаційно-аналітичні) та інші програмні продукти, що застосовуються в маркетингу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею провідними ЗВО України задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом відповідності до годи про співробітництво
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом за проектами міжнародної кредитної мобільності.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах додатковою мовною підготовкою.

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

2.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми

№ п/п	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти			
	I. Цикл загальної підготовки	11	
ОК 1.	Концепції і стратегії розвитку економіки	3	екзамен
ОК 2.	Ділова іноземна мова	4	екзамен
ОК 3	Господарське право	4	залік
	II. Цикл професійної підготовки	56	
ОК 4.	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ОК 5.	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 6.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 7.	Товарна інноваційна політика	3	екзамен
ОК 8.	Бізнес - діагностика	4	екзамен
ОК 9.	Управління проектами	4	екзамен
ОК 10.	Навчально-наукова практика	3	залік
ОК 11.	Виробнича практика	9	залік
ОК 12	Переддипломна практика	3	залік
ОК 13	Виконання кваліфікаційної роботи	18	-
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		67	
Вибіркові компоненти			
	I. Цикл загальної підготовки	4	
УВМ 1	Вільний майнор 1	4	
	II. Цикл професійної підготовки	19	
Мейджор 1 (Блок вибірових дисциплін №1 за освітньою програмою)			
1М1	Креативний маркетинг	4	залік
1М2	Маркетингова політика розподілу	4	залік
1М3	Діловий протокол	4	залік
1М4	Бренд - менеджмент	4	залік
1М5	Рекламний менеджмент	3	залік
Мейджор 2 (Блок вибірових дисциплін №2 за освітньою програмою)			
1М1	Цінові стратегії фірми	4	залік
1М2	Інвестиційний аналіз	4	залік
1М3	Мотивація поведінки та діяльності людини	4	залік
1М4	Управління трудовим потенціалом	3	залік
1М5	Ринок послуг	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми другого рівня підготовки (магістр) за спеціальністю 075 «Магістр»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі відкритого і публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачою документів встановленого зразка про присудження йому ступеня магістр із присвоєнням освітньої кваліфікації: магістр маркетингу

**4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»**

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

• – компетентність, яка набувається

ОКj - j номер дисципліни в списку дисциплін основних компонентів;

ЗКi – номер компетентності в списку загальних компетентностей профілю програми;

СКi – номер компетентності в списку спеціальних компетентностей профілю програми.

**5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ПРОГРАМНИХ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ
КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»**

	ОК1.	ОК2	ОК3.	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13
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		•	•					•		•	•	•	

• – компетентність, яка набувається

ОКj - j номер програмних результатів навчання;

ПРНi – номер компетентності в списку загальних компетентностей профілю програми.

Гарант освітньо-професійної програми
керівник проектної групи:

д.е.н., професор



Б.Я. Кузняк

члени робочої групи:

к.е.н., доцент



А.С. Скрильник

к.е.н., доцент



М.В. Мокляк