

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ» /
«MARKETING»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр
спеціальність «Маркетинг»

спеціалізація «Маркетинг»



ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ
Голова вченої ради
/ А. А. Мазаракі/
(протокол № 12 від « 30 червня » 2021 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2021 р.
Директор / А. А. Вдовічен/

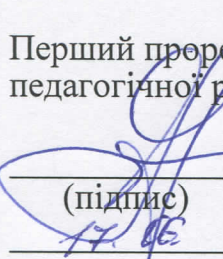
(наказ № 89 від « 01 » жовтня 2021 р.)



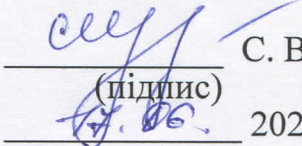
Чернівці 2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

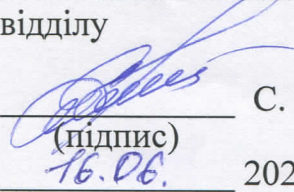
Погоджено
Перший проректор з науково-педагогічної роботи


Н. В. Притульська
(підпис)
17.06. 2021 р.

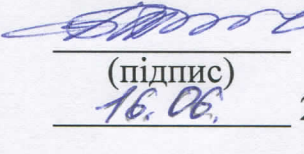
Погоджено
Проректор з наукової роботи


С. В. Мельниченко
(підпис)
17.06. 2021 р.

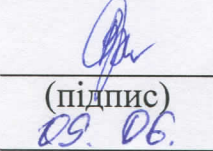
Погоджено
Начальник навчального відділу


С. І. Камінський
(підпис)
16.06. 2021 р.

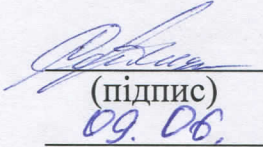
Погоджено
Начальник навчально-методичного відділу


Т. В. Божко
(підпис)
16.06. 2021 р.

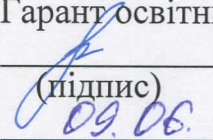
Погоджено
Начальник навчального відділу ЧТЕІ КНТЕУ


В. В. Полянко
(підпис)
09.06. 2021 р.

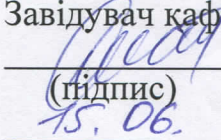
Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва ЧТЕІ КНТЕУ


О. Г. Вдовічена
(підпис)
09.06. 2021 р.

Погоджено
Гарант освітньої програми ЧТЕІ КНТЕУ



Ю. Г. Королюк
(підпис)
09.06. 2021 р.

Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу КНТЕУ



О. С. Бондаренко
(підпис)
15.06. 2021 р.


Погоджено
Голова правління ПрАт «Імпульс»


О. І. Плахута
(підпис)
09.06. 2021 р.

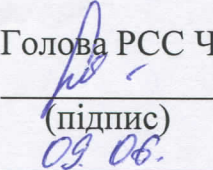


Погоджено
Директор з маркетингу ТОВ «Світ матраців»


О. М. Гелка
(підпис)
09.06. 2021 р.



Погоджено
Голова РСС ЧТЕІ КНТЕУ


К. Д. Галан
(підпис)
09.06. 2021 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Королюк Ю. Г., гарант освітньої програми, д.н. з держ. управл., професор кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

2. Вдовічена О. Г. к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

3. Лошенюк І. Р., к.т.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

4. Чаплінський Ю. Б., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

5. Архипова К. В., студентка 1 курсу, 604 групи, спеціальності «Маркетинг».

6. Патраш Н. В., студентка 1 курсу, 604 групи, спеціальності «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Плахута О. І., Голова правління ПрАТ «Імпульс».
2. Гелка О. М., директор з маркетингу ТОВ «Світ матраців».

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

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет Чернівецький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу, цифрової економіки та підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «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	Акредитація за спеціальністю 075 «Маркетинг», сертифікат УД № 11008123 від 27.12.2018 р. термін дії до 01.07. 2024 р. МОН України , України,
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	На навчання для здобуття ступеня магістра приймаються особи, які здобули: - освітній ступінь вищої освіти бакалавра з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»; - освітній ступінь вищої освіти бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг»; - освітній ступінь вищої освіти бакалавра, здобутого за іншою спеціальністю (іншим напрямом підготовки) за умови успішного проходження додаткового вступного випробування з урахуванням середнього бала диплома бакалавра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Термін дії сертифіката про акредитацію до 1 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.chtei-knteu.cv.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Набуття компетентностей – загальних та фахових – як доведеної здатності використовувати знання, навички та особисті, соціальні здатності в робочих або навчальних ситуаціях, в професійному та особистісному розвитку в сфері маркетингу	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»; Спеціальність 075 «Маркетинг»; Спеціалізація «Маркетинг».

<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Освітньо-професійна з академічною орієнтацією. Професійні (спеціалізаційні) аспекти програми полягають у формуванні знань та вмінь щодо виробничої, економічної та управлінської діяльності у сфері маркетингу спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності та ризику.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Спеціальна освіта в сфері маркетингу за спеціальністю «Маркетинг».</p> <p><i>Ключові слова:</i> маркетингова діяльність, маркетинг менеджмент, маркетингові інформаційні системи, бренд-менеджмент, торговельні мережі, стратегічний маркетинг, маркетингові комунікації.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на:</p> <p>основних поняттях: бренд, маркетингова стратегія, маркетинговий аналіз, маркетинговий ризик, бренд-стратегії, корпоративні зв'язки з громадськістю, маркетинг інновацій, соціально-комунікаційні технології, цифровий маркетинг, торговельні мережі, управління лояльністю споживачів, інтелектуальна власність;</p> <p>концепціях: понятійні концепції (як філософії бізнесу, як науки, як управлінської концепції); концепції маркетингу залежно від стану попиту (розвиваючий, протидіючий маркетинг, демаркетинг, ремаркетинг); прикладні концепції маркетингу залежно від сфери його використання; прикладні концепції комерційного маркетингу (промисловий, торговий, банківський); прикладні концепції некомерційного маркетингу (передвиборний, релігійний, соціальний маркетинг, макромаркетинг); управлінські концепції маркетингу (концепція стратегічного маркетингу, конкурентної раціональності, максимаркетингу, власне маркетингового управління);</p> <p>принципах, які визначають закономірності підготовки фахівців: студентоцентричний, компетентнісно-орієнтований, науковості, систематичності і послідовності навчання, практико-орієнтований, міждисциплінарний;</p> <p>методи і засоби: загально- та спеціальнонаукові методи, зокрема: економічні, соціологічні, психологічні, інформаційні, методи управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>предметна область містить знання стратегічного маркетингу, управління маркетингом, організації маркетингового та стратегічного аналізу, мінімізації впливу ризиків в маркетингу, застосування інструментів стратегічного бренд-менеджменту в торгівлі, управління корпоративними зв'язками з громадськістю, використання комп'ютерної графіки в рекламі, застосування технологій цифрового маркетингу.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Поглиблена практична підготовка у сфері маркетингу та науково-дослідної роботи з наголосом на управлінні маркетинговою діяльністю підприємства та маркетинговими комунікаційними системами, проходження практики в Україні та за кордоном з</p>

	отриманням сертифікатів. Інтерактивні практичні заняття з залученням відомих практичних фахівців у сфері маркетингу. Програма відображає лояльності, які надає Закон України «Про вищу освіту» в контексті академічної автономії.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Види та найменування економічної діяльності, до роботи за якими підготовлений магістр (КВЕД ДК 009:2010):</p> <p>Секція G. Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів</p> <p>Розділ 45. Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт</p> <p>Група 45.1 Торгівля автотранспортними засобами</p> <p>Група 45.3. Торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів</p> <p>Розділ 46. Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами</p> <p>Група 46.1. Оптова торгівля за винагороду чи на основі контракту</p> <p>Група 46.2. Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та живими тваринами</p> <p>Група 46.3. Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами</p> <p>Група 46.4. Оптова торгівля товарами господарського призначення</p> <p>Група 46.5. Оптова торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням</p> <p>Група 46.6. Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням</p> <p>Група 46.7. Інші види спеціалізованої оптової торгівлі</p> <p>Група 46.9. Неспеціалізована оптова торгівля</p> <p>Розділ 47. Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами</p> <p>Група 47.1. Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.2. Роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.3. Роздрібна торгівля пальним</p> <p>Група 47.4. Роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.5. Роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.6. Роздрібна торгівля товарами культурного призначення та товарами для відпочинку в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.7. Роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах</p> <p>Група 47.8. Роздрібна торгівля з лотків і на ринках</p> <p>Група 47.9. Роздрібна торгівля поза магазинами</p> <p>Сектор L. Операції з нерухомим майном</p> <p>Розділ 68. Операції з нерухомим майном</p> <p>Грапа 68.3. Операції з нерухомим майном за винагороду або на основі контракту</p> <p>Секція M. Професійна, наукова та технічна діяльність</p> <p>Розділ 73. Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку</p> <p>Група 73.1. Рекламна діяльність</p>

	<p>Група 73.2. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки Секція Р. Освіта Розділ 85. Освіта Група 85.4. Вища освіта Випускники магістри спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема: 2419 – професіонали у сфері маркетингу: 2419.2 – консультант з маркетингу 2419.2 – економіст із збуту 2419.2 – рекламист 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p>
Подальше навчання	Можливість навчатися за програмами третього циклу FQ-EHEA, за 8 рівнем НРК України та 8 рівнем EQF-LLL
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через практику тощо. Лекції, практичні заняття, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників та конспектів лекцій, навчання через практичну підготовку та професійне стажування, консультації із викладачами, підготовка випускної кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Письмові экзамени, практика, курсові роботи, презентації, індивідуальні проекти, атестація та інші види робіт оцінюються відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів», «Положення про організацію освітнього процесу студентів».
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними

<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<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 оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення</p>

	<p>маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. 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>Фахівці, що здійснюють підготовку магістрів за освітньою програмою «Маркетинг», повинні мати фахові знання та володіти професійними навичками у сфері маркетингу. Для проведення проблемних лекцій запрошуються провідні вітчизняні та закордонні фахівці-практики зі сфери маркетингового, рекламного, торговельного бізнесу.</p> <p>Розробники програми: 1 доктор наук, 3 кандидати наук.</p> <p>Всі розробники є співробітниками Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету</p> <p>Гарант освітньої програми: Королюк Ю.Г., д. н. з держ. управління, професор.</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також кваліфіковані фахівці-практики.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в. т.ч. закордоном.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>У навчальному процесі підготовки магістрів використовуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 навчальні корпуси; - 2 спеціалізованих кабінети (кабінет маркетингу та кабінет реклами); - комп'ютерні класи; - доступ до мережі Інтернет; - мультимедійне обладнання; - спортивний майданчик.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний сайт ЧТЕІ КНТЕУ: http://www.chtei-knteu.cv.ua Точки бездротового доступу до мережі Інтернет. Необмежений доступ до мережі Інтернет. Система дистанційного навчання : http://www.dist.chtei-knteu.cv.ua:8080. Наукова бібліотека, фонд якої складає 109 559 примірників новітньої навчальної, методичної, художньої літератури, у тому числі 95106 примірників – книжковий фонд, 10108 – періодичні видання, 989 – електронні видання, 3356 мережні локальні документи, що доступні користувачам бібліотеки</p>

	<p>2 читальні зали. Навчальні і робочі плани. Графіки навчального процесу. Навчально-методичні комплекси дисциплін. Матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін. Програми практик. Критерії оцінювання рівня підготовки. Пакети комплексних контрольних робіт. Загальнонаукові та спеціальні джерела маркетингового спрямування, навчально-методична та монографічна література, ІТ-технології та платформи, авторські розробки професорсько-викладацького складу університету.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Забезпечується в межах діяльності головного університету (КНТЕУ) та його відокремлених структурних підрозділів. Укладені угоди про академічну мобільність на основі двосторонніх договорів між ЧТЕІ КНТЕУ та ЗВО України забезпечується в межах діяльності головного університету (КНТЕУ) та його відокремлених регіональних структурних підрозділів.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Укладені угоди про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, стажування тощо. Зокрема, ЧТЕІ КНТЕУ співпрацює з 27 провідними навчальними та науковими закладами Австрії, Білорусі, Грузії, Латвії, Молдови, Північного Кіпру, Польщі, Румунії, Сербії, Словаччини, Чехії, Болгарії. Міжнародними ЗВО -партнерами ЧТЕІ КНТЕУ є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Реально-гуманітарний університет (м. Кагул, Молдова); - Старопольський університет (м. Кельце, Польща); - Вища школа економіки та менеджменту державного управління (м. Братислава, Словаччина); - Вища школа торгівлі і послуг (м. Познань, Польща); - Університет прикладних наук в Карінтії (м. Філлах, Австрія); - Брестський державний технічний університет (м. Брест, Білорусь); - Поліський державний університет (м. Пінськ, Білорусь); - Білоруський торговельно-економічний університет споживчої кооперації (м. Гомель, Білорусь); - Могильовський державний університет імені А. А. Кулешова (м. Могильов, Білорусь); - Вища бізнес-школа (м. Острава, Чехія); - Університет UNION (м. Белград, Сербія); - Економічний університет ім. Кароля Адаміцького (м. Катовіце, Польща); - Сучавський університет ім. Штефана чел Маре (м. Сучава, Румунія); - Університет фінансів та менеджменту (м. Варшава, Польща); - Вища школа соціальних технологій (м. Рига, Латвія);

	<ul style="list-style-type: none"> - Університет інформатики і мистецтв (м. Лодзь, Польща); - Університет туризму та екології (м. Суха-Бескидзька, Польща); - Бельцький державний університет ім. Алеку Руссо (м. Бельци, Молдова); - Східний середземноморський університет (м. Фамагуста, Північний Кіпр); - Молдавська економічна академія (м. Кишинів, Молдова); - Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща); - Українсько-Грузинський учбово-науковий Міжнародний інститут (м. Марнеулі, Грузія); - Трансильванський університет (м. Брашов, Румунія); - Вітебський державний технологічний університет (м. Вітебськ, Білорусь); - Факультет прикладних наук в Кракові Суспільної академії наук, (м. Краків, Польща); - Стопанска Академія «Д.А.Ценов» (м.Свіштов, Болгарія); - факультет бізнесу і права університету «Union – Nikola Tesla», м. Белград, Сербія, Болгарія.
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Умови та особливості освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян: знання української мови на рівні не нижче B1.</p>

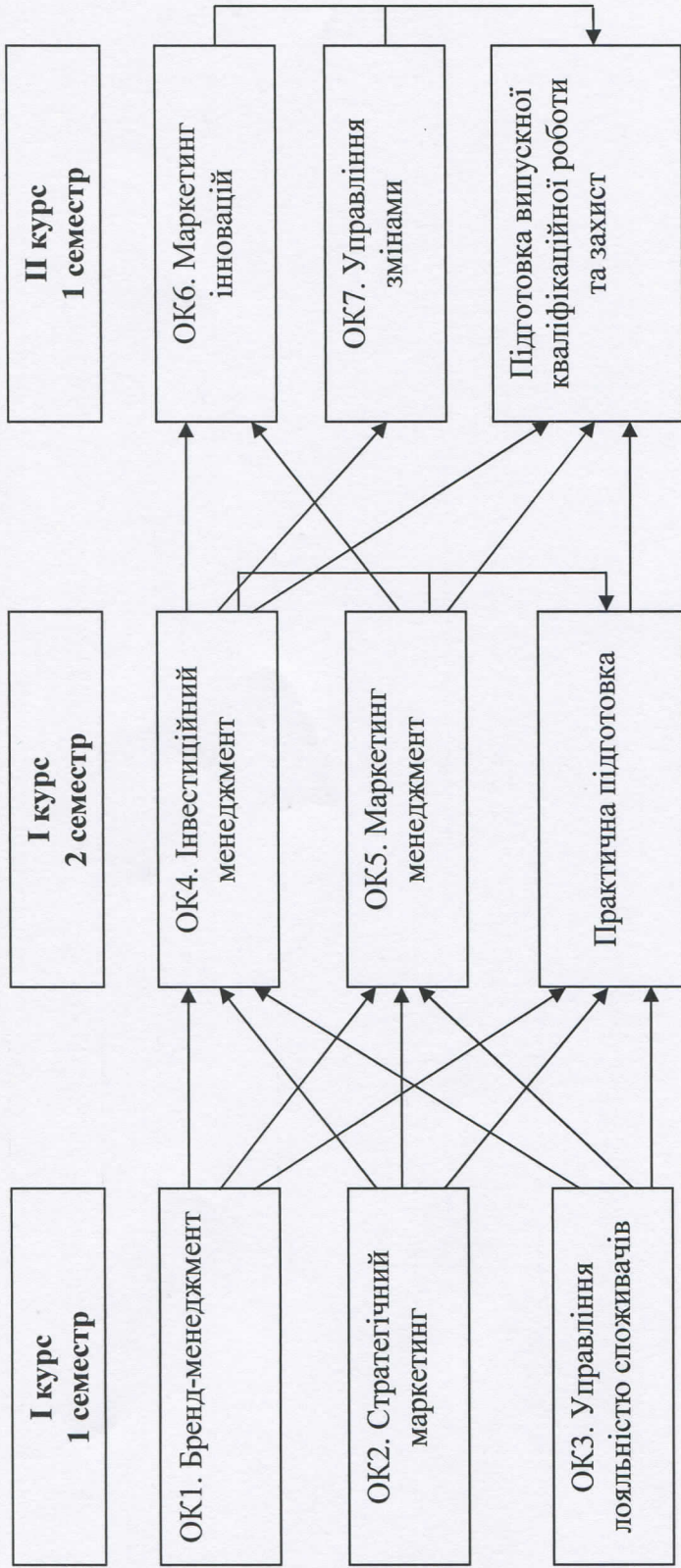
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК1.	Бренд-менеджмент	6
ОК2.	Стратегічний маркетинг	6
ОК3.	Управління лояльністю споживачів	6
ОК4.	Інвестиційний менеджмент	7,5
ОК5.	Маркетинг менеджмент	7,5
ОК6.	Маркетинг інновацій	6
ОК7.	Управління змінами	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		45
Вибіркові компоненти ОП		
ВК1.	Бізнес-інжиніринг	6
ВК2.	Бренд-стратегії	6
ВК3.	Консьюмерське право	6
ВК4.	Корпоративне право	6
ВК5.	Корпоративні зв'язки з громадськістю	6
ВК6.	Маркетинговий аналіз	6
ВК7.	Маркетингові інформаційні системи	6
ВК8.	Психологія управління	6
ВК9.	Ризики в маркетингу	6
ВК10.	Торговельні мережі	6
Загальний обсяг вибірових компонент:		24
Практична підготовка		
Практична підготовка		9
Атестація		
Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист		12
Всього за практичною підготовкою та атестацією		90

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

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 характеризуються невизначеністю умов і вимог.

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

Випускна кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення випускних кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей
обов'язковим компонентам освітньої програми**

Компоненти Компетентності	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7
	ЗК1	*	*	*	*	*	*
ЗК2	*	*	*	*	*	*	*
ЗК3	*	*	*	*	*	*	*
ЗК4	*	*	*	*	*	*	*
ЗК5	*		*		*		*
ЗК6	*			*	*	*	*
ЗК7	*		*	*	*	*	*
ЗК8	*	*	*	*	*	*	*
СК1	*	*	*		*	*	*
СК2	*	*	*	*	*		
СК3		*	*	*	*	*	*
СК4	*		*			*	*
СК5		*	*		*	*	*
СК6	*	*	*		*	*	*
СК7	*	*	*		*	*	*
СК8	*	*	*		*	*	*
СК9	*	*	*		*	*	*

**4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей
вибірковим компонентам освітньої програми**

Компоненти Компетентності	ВК1	ВК2	ВК3	ВК4	ВК5	ВК6	ВК7	ВК8	ВК9	ВК10
ЗК1	*	*	*	*		*		*	*	*
ЗК2	*	*		*	*			*	*	
ЗК3	*	*	*		*	*	*	*	*	
ЗК4		*		*		*		*	*	*
ЗК5	*	*		*	*			*	*	*
ЗК6	*	*			*	*	*	*	*	
ЗК7	*	*				*		*	*	
ЗК8	*	*	*		*	*	*	*	*	*
СК1	*	*			*	*	*	*	*	*
СК2	*					*	*	*	*	
СК3		*				*	*	*		*
СК4		*			*			*	*	
СК5	*	*				*	*		*	
СК6	*	*			*	*	*	*	*	*
СК7		*	*	*		*			*	
СК8	*					*	*		*	
СК9	*	*	*	*		*	*			

5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми

Програмні результати навчання	Компоненти						
	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7
P1	*	*	*		*	*	*
P2	*	*	*	*	*		*
P3	*	*	*	*	*	*	*
P4	*	*	*	*	*	*	*
P5	*	*	*		*		
P6	*	*	*	*	*	*	*
P7	*	*	*		*	*	*
P8	*	*	*		*		*
P9	*	*	*		*	*	*
P10	*	*	*	*	*	*	*
P11		*		*	*	*	*
P12	*	*		*	*	*	*
P13	*	*	*		*	*	*
P14	*	*	*		*		*
P15		*	*		*	*	*

5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибічковими компонентами освітньої програми

Програмні результати навчання	Компоненти									
	ВК1	ВК2	ВК3	ВК4	ВК5	ВК6	ВК7	ВК8	ВК9	ВК10
P1	*	*			*	*	*	*	*	*
P2	*	*			*	*		*		
P3		*			*	*	*		*	*
P4	*	*				*		*	*	*
P5			*			*	*	*		
P6	*	*			*	*	*	*	*	*
P7	*	*			*	*		*	*	*
P8					*	*		*	*	
P9	*	*			*	*		*	*	*
P10	*	*	*	*		*	*	*	*	*
P11	*	*				*	*	*	*	
P12	*	*			*	*		*	*	*
P13	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
P14		*	*	*	*	*		*	*	
P15	*	*				*			*	

