

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

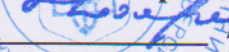
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ» /
«MARKETING»

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

Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр
спеціальність «Маркетинг»

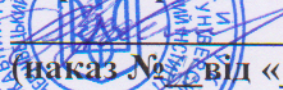
спеціалізація «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ
Голова вченої ради

 / Анатолій МАЗАРАКІ/
(протокол № 33 від «24» березня 2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію з
«16» листопада 2022 р.)

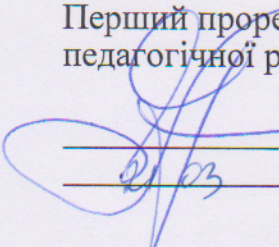
Директор ЧТЕІ ДТЕУ

 / Анатолій ВДОВІЧЕН/
(наказ № 12 від «16» грудня 2022 р.)

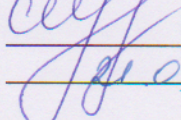
Чернівці 2022

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми ЧТЕІ ДТЕУ

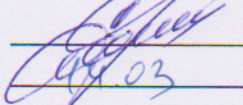
Погоджено
Перший проректор з науково-педагогічної роботи ДТЕУ


Наталія ПРИТУЛЬСЬКА
21.03 2022


Погоджено
Проректор з наукової роботи ДТЕУ


Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
21.03 2022

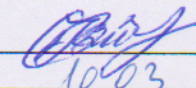
Погоджено
Начальник навчального відділу ДТЕУ


Сергій КАМІНСЬКИЙ
14.03 2022

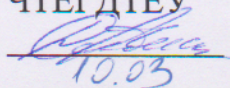
Погоджено
Начальник навчально-методичного відділу ДТЕУ


Тетяна БОЖКО
14.03 2022

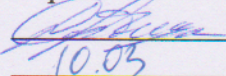
Погоджено
Начальник навчального відділу ЧТЕІ ДТЕУ


Ірина МУСТЕЦА
10.03 2022

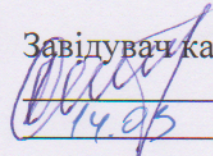
Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва ЧТЕІ ДТЕУ


Ольга ВДОВІЧЕНА
10.03 2022

Погоджено
Гарант освітньої програми ЧТЕІ ДТЕУ


Ольга ВДОВІЧЕНА
10.03 2022

Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу ДТЕУ

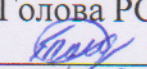

Олена БОНДАРЕНКО
14.03 2022



Погоджено
Голова правління ПрАТ «Імпульс»
Олена ПЛАХУТА
12.03 2022



Погоджено
Директор ТОВ «АНТ Лтд»
Олександр ГЛІБКА
12.03 2022

Погоджено
Голова РСС ЧТЕІ ДТЕУ

Андрій ТОМНЮК
10.03 2022

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Вдовічена О. Г. гарант освітньої програми, к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

2. Лошенко І. Р., к.т.н., доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

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

4. Фрунза О., студент 1 курсу, 605 групи, спеціальності «Маркетинг».

5. Хоменко Ю., студентка 1 курсу, 610 групи, спеціальності «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Плахута О. І., Голова правління ПрАТ «Імпульс».

2. Глібка О. В., директор ТОВ «АНТ Лтд».

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

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний 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».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна з академічною орієнтацією. Спрямована на формування знань та вмій щодо виробничої, економічної та

	<p>управлінської діяльності у сфері маркетингу з метою 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, максімаркетингу, власне маркетингового управління);</p> <p>принципах, які визначають закономірності підготовки фахівців: студентоцентричний, компетентісно-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 наголошенням на управлінні маркетинговою діяльністю підприємства та маркетинговими комунікаційними системами, проходження практики в Україні та за кордоном з отриманням сертифікатів. Інтерактивні практичні заняття з залученням відомих практичних фахівців у сфері маркетингу.</p> <p>Програма відображає лояльності, які надає Закон України «Про</p>

	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</p> <p>Секція P. Освіта</p>

	<p>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 НПК 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 екзамени, практика, курсові роботи, презентації, індивідуальні проекти, атестація та інші види робіт оцінюються відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів у ЧТЕІ ДТЕУ» та «Положення про організацію освітнього процесу студентів ЧТЕІ ДТЕУ»
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)	<p>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>

<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 проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти 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: 3 кандидати наук.</p> <p>Всі розробники є співробітниками Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету</p> <p>Гарант освітньої програми: Вдовічена О. Г., к.е.н., доцент.</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; - їдальня; - доступ до мережі Інтернет; - мультимедійне обладнання; - спортивний майданчик.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний сайт ЧТЕІ ДТЕУ: 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. Бібліотека – (299,7 м2 – корпус №, 84,80 м2 - корпус 1), фонд якої складає 106964 документів, із них 91817 книжкового фонду, 80470 навчальних та 12767 наукових видань, 10164 одиниць періодичних видань, 989 електронних носіїв із записом та 3994 мережевих локальних документів, що доступні користувачам</p>

	<p>бібліотеки. 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.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до укладених договорів про академічну мобільність, про подвійне дипломування тощо.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність реалізується за рахунок укладання договорів про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають навчання студентів та видачу подвійного диплому тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови та особливості освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян: знання української мови на рівні не нижче B1.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

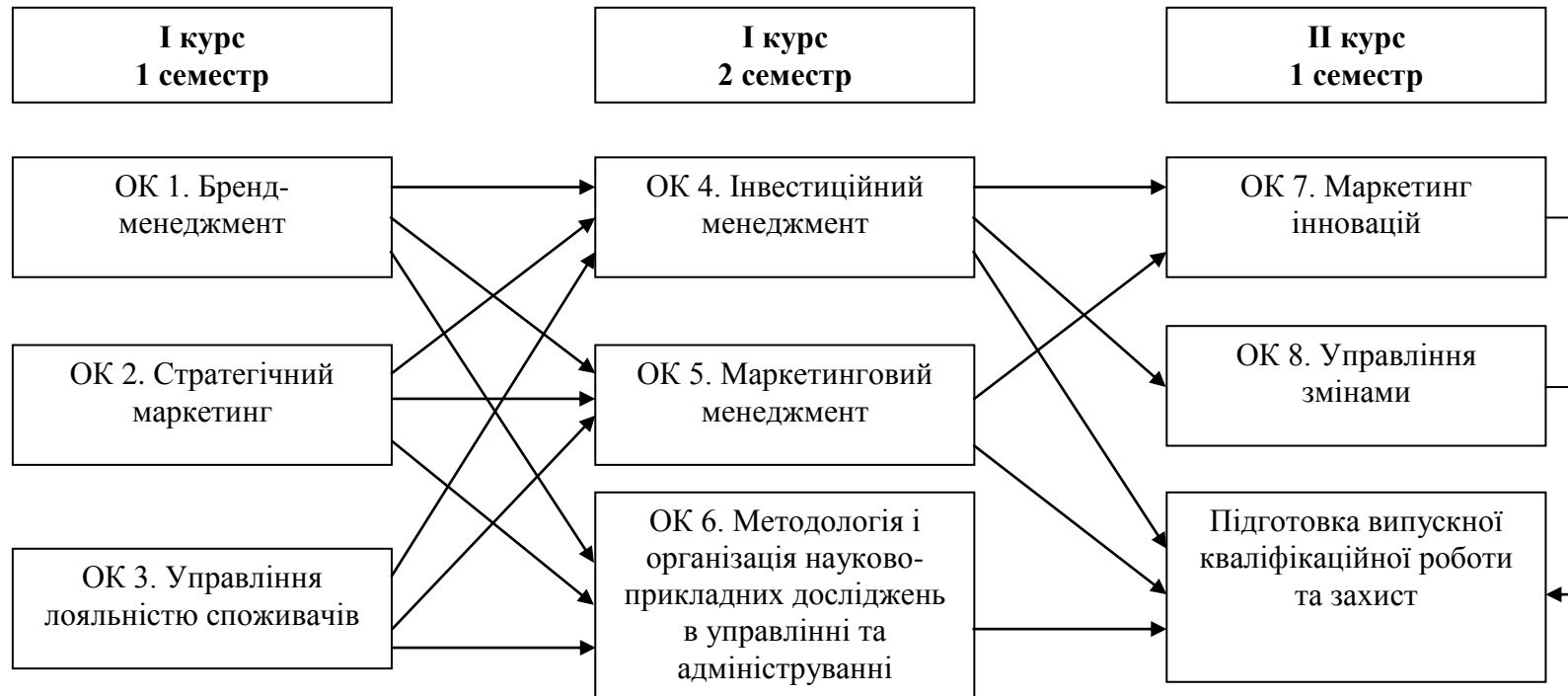
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК 1	Бренд-менеджмент	5
ОК 2	Стратегічний маркетинг	5
ОК 3	Управління лояльністю споживачів	5
ОК 4	Інвестиційний менеджмент	5
ОК 5	Маркетинговий менеджмент	4,5
ОК 6	Методологія і організація науково-прикладних досліджень в управлінні та адмініструванні	4,5
ОК 7	Маркетинг інновацій	5
ОК 8	Управління змінами	4,5
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		38,5
Вибіркові компоненти за ОП		
ВК1	Бізнес-інжиніринг	5
ВК2	Консьюмерське право	5
ВК3	Корпоративні зв'язки з громадськістю та реклама	5
ВК4	Маркетинговий аналіз та цифрова аналітика	5
ВК5	Медіаграмотність, інформаційні війни та кібербезпека	5
ВК6	Нейромаркетинг	5
ВК7	Ризики в маркетингу та безпека бізнесу	5
ВК8	Сталий розвиток та соціальна відповідальність бізнесу	5
ВК9	Управління торговельними мережами та ритейл	5
ВК10	Цифровий маркетинг та діджитал-комунікації	5
Перелік рекомендованих спецкурсів (дисциплін загальноінститутського вибору)		
ВК11	Дисципліна 1 за каталогом	5
ВК12	Дисципліна 2 за каталогом	5
Загальний обсяг вибірових компонент:		35
Практична підготовка		
Практична підготовка		6
Атестація		
Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист		10,5
Всього за практичною підготовкою та атестацією		90

Перелік рекомендованих спецкурсів (дисциплін загальноінститутського вибору)

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів
ВКС1	Бізнес комунікації та стратегії ведення переговорів	5
ВКС2	Бюджетне планування і прогнозування	5
ВКС3	Державна фінансова стратегія	5
ВКС4	Комерційна та міжнародна логістика	5
ВКС5	Консолідація фінансової звітності	5
ВКС6	Курортний туроперайтинг	5
ВКС7	Обліково-аналітичне забезпечення економічної безпеки підприємства	5
ВКС8	Оздоровче харчування	5
ВКС9	Пенсійна система	5
ВКС10	Професійна комунікація іноземною мовою	5
ВКС11	Репутаційний менеджмент	5
ВКС12	Ресторанний креатив	5
ВКС13	Стратегічний аналіз	5
ВКС14	Стратегічний управлінський облік	5
ВКС15	Страховання фінансових ризиків та безпека бізнесу	5
ВКС16	Управління публічними фінансами та податковий менеджмент	5
ВКС17	Фінансові технології та цифрова аналітика	5
ВКС18	Cross-cultural менеджмент та комунікації	5
ВКС19	Health туризм	5
ВКС20	HR-інжиніринг	5
ВКС21	Project менеджмент та інновації	5

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	OK8
	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							
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8
P1	+					+	+	
P2	+	+					+	+
P3	+			+				+
P4		+		+	+			
P5	+		+			+	+	+
P6	+		+	+	+			
P7	+			+	+			
P8			+	+	+			
P9			+			+	+	
P10				+	+			+
P11		+	+			+		
P12		+	+	+				
P13	+				+			+
P14		+	+				+	
P15		+		+		+		

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

Компоне нти Програм- ні результати навчання	ВК1	ВК2	ВК3	ВК4	ВК5	ВК6	ВК7	ВК8	ВК9	ВК10	ВКС1	ВКС2	ВКС3	ВКС4	ВКС5	ВКС6	ВКС7	ВКС8	ВКС9	ВКС10	ВКС11	ВКС12	ВКС13	ВКС14	ВКС15	ВКС16	ВКС17	ВКС18	ВКС19	ВКС20	ВКС21
P1	+		+			+																+									
P2	+		+		+	+	+			+	+			+		+	+	+				+		+		+			+	+	+
P3	+		+					+	+			+	+				+						+	+		+	+				+
P4			+	+				+	+		+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+			+		+	+
P5		+		+		+			+	+										+			+				+		+		+
P6	+			+	+				+		+	+	+	+			+				+	+		+	+	+		+		+	+
P7		+		+				+	+					+				+	+		+	+	+				+	+	+	+	+
P8		+	+			+		+			+					+				+		+						+	+		
P9				+			+			+												+		+							
P10		+			+			+			+		+	+	+						+	+	+	+		+			+	+	+
P11	+					+		+		+		+		+							+		+	+					+		
P12	+		+		+		+		+														+	+	+	+	+	+			
P13	+							+	+	+			+	+	+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	
P14		+			+		+		+		+			+		+			+	+	+	+			+			+			
P15				+	+		+			+		+		+	+		+			+			+	+			+				+

