

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Свген СОКОЛ

« 28 »

05

2021 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»

Голова вченої ради

Леонід ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 5 від «28» травня 2021 р.

Харків 2021 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	Магістр маркетингу

СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією зі спеціальності «Маркетинг»
Голова комісії


Діана РАЙКО
« 28 » травня 2021 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник голови методичної ради


Руслан МІГУЩЕНКО
« 28 » травня 2021 р.

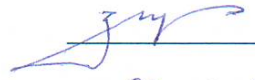
ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри економіки і маркетингу


Володимир СИСОЄВ
« 28 » травня 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри економічної кібернетики
та маркетингового менеджменту


Віктор ЗАРУБА
« 28 » травня 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу


Олександр МАНОЙЛЕНКО
« 28 » травня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» від « ____ » _____ 20__ р. № ____.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».



ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі:

Головаробчої групи (гарант програми) – Олександра КОСЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і маркетингу.

Члени проектної групи:

1. Діана РАЙКО – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту.
2. Юлія ШИПУЛІНА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту.
3. Олена КІТЧЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу.

**1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу, кафедра економіки і маркетингу, кафедра економічної кібернетики та маркетингового менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський), магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат НД № 2192127, термін дії до 01.07.2025 р.
Цикл / рівень програми	FQ-EHEA – другий цикл, QF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/magistr/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія, Інтернет-маркетинг.
Особливості програми	Програма є багатопрофільною та передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері формування та управління маркетинговою діяльністю на сучасних підприємствах та в організаціях.

4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випусників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Директор з маркетингу ; 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1237.1 Головні фахівці; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу ; 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Експерт, рекламист, консультант, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за третім рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, кваліфікаційна робота, захист звіту з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи.
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	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.
Фахові компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

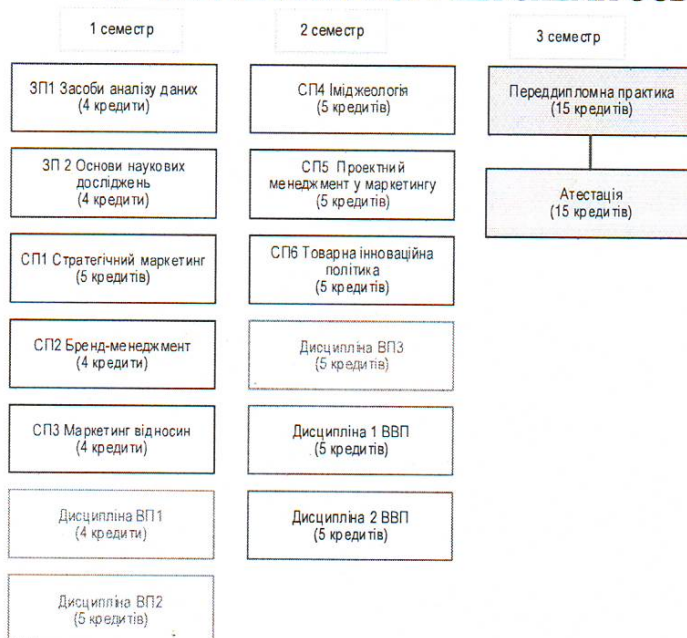
	СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10. 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.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та вищими навчальними закладами України
Міжнародна кредитна мобільність	Академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та Мішкольцьким університетом (Угорщина), Університет Щецина (Польща)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код	Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЕКТС	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
1.1 Загальна підготовка			
ЗП 1	Засоби аналізу даних	4,0	Залік
ЗП 2	Основи наукових досліджень	4,0	Залік
1.2 Професійна підготовка			
СП 1	Стратегічний маркетинг	5,0	Іспит
СП 2	Бренд-менеджмент	4,0	Іспит
СП 3	Маркетинг відносин	4,0	Іспит
СП 4	Іміджеологія	5,0	Іспит
СП 5	Проектний менеджмент у маркетингу	5,0	Іспит
СП 6	Товарна інноваційна політика	5,0	Іспит
СП 7	Переддипломна практика	15,0	Залік
СП 8	Атестація	15,0	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
2.1 Дисципліни професійної підготовки за блоками			
ВП	Дисципліни	14,0	Залік
2.2 Дисципліни вільного вибору згідно переліку			
ВВП	Дисципліни	10,0	Залік
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ЗА ТЕРМІН ПІДГОТОВКИ		90,0	

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



Примітки:

Обов'язкові дисципліни загальної підготовки	Обов'язкові дисципліни фахової підготовки	Вибіркова дисципліна з профільованого пакета	Дисципліни вільного вибору студента про фільної підготовки згідно переліку	Атестація та практична підготовка
---	---	--	--	-----------------------------------

4. РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА ГРУПАМИ КОМПОНЕНТІВ ТА ЦИКЛАМИ ПІДГОТОВКИ

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1	Цикл загальної підготовки	8 / 12	- / -	8 / 9
2	Цикл професійної та практичної підготовки	58 / 88	24 / 100	82 / 91
Всього за весь термін навчання		66 / 73	24 / 27	90 / 100

5. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразку про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: «**Магістр маркетингу**».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	3К 1	3К 2	3К 3	3К 4	3К 5	3К 6	3К 7	3К 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9
3П 1	+					+											
3П 2			+		+		+					+					
СП 1				+					+	+				+			
СП 2	+	+			+		+	+			+	+		+	+	+	+
СП 3	+			+		+							+		+	+	
СП 4	+	+							+						+		
СП 5			+					+		+				+	+		+
СП 6	+	+					+				+	+					
СП 7									+	+				+	+		+

7. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПР) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

[illegible]