

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

« 02 квітня 2025р.

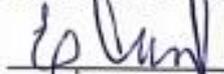
**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ**

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю	D5 «Маркетинг»
галузі знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Кваліфікація	магістр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»**

Голова вченої ради

 Євген СОКОЛ

Протокол № 4

від « 28 » березня 2025р.

Харків 2025р.

ЛІСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальне
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Кваліфікація	Магістр маркетингу

СХВАЛЕНО

Робочою групою ОПП зі спеціальності
«Маркетинг»

Гарант освітньої програми


Олександра КОСЕНКО

« 24 » березня 2025 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник голови методичної ради


Руслан МІГУЩЕНКО

« 26 » березня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

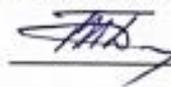
Завідувач кафедри маркетингу


Діана РАЙКО

« 24 » березня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового
інституту економіки, менеджменту
і міжнародного бізнесу


Тарас ДАНЬКО

« 25 » березня 2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Здобувач вищої освіти
(член робочої групи), гр. БЕМ-М924


Ольга КОВАЛЕНКО

« 24 » березня 2025 р.


КЛЮЖКО Л.В.

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
від «02» квітня 2025 року № 111 ОД

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

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Позитивні рецензії на освітню програму одержано від:

1. Савенко Антон Євгенович, директор ТОВ «КС-Партс
2. Ткачова Надія Петрівна, ФОП «Ткачова Н.П.»
3. Гуртова Марія Олександрівна, здобувачка II рівня ВО НТУ «ХПІ» групи БЕМ-М924

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
Національно технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

Як керівник підприємства, що працює в сфері автозапчастин та надання послуг з технічного обслуговування автомобілів, хочу висловити вдячність колективу кафедри маркетингу НТУ «ХПІ» за підготовку висококваліфікованих фахівців, які не лише володіють фундаментальними знаннями, а й здатні ефективно застосовувати їх на практиці.

Освітня програма відзначається сучасним змістом та логічною структурою, охоплює актуальні напрями маркетингової діяльності — такі як цифровий маркетинг, управління брендом, просування у соціальних мережах, аналітика ефективності та стратегічне планування. Надзвичайно важливо, що здобувачі вміють працювати з реальними даними, володіють інструментами аналітики, розуміють специфіку ринку B2B та B2C, а також демонструють здатність розробляти повноцінні рекламно-комунікаційні кампанії.

Окремо хочу підкреслити сформовану у випускників здатність до критичного мислення, відповідальність, комунікабельність та ініціативність. Саме такі якості є визначальними для роботодавця, особливо в умовах стрімких змін ринкового середовища. З моєї точки зору, ця освітня програма не лише відповідає запитам сучасного бізнесу, а й випереджає їх, закладаючи у студентів гнучкість, здатність адаптуватися та впроваджувати інновації.

ТОВ «КС-Партс» зацікавлене у подальшій співпраці з університетом і готове надалі бути платформою для професійного становлення молодих маркетологів. Рекомендуємо програму «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» як дієвий інструмент формування конкурентоспроможних кадрів нового покоління.

Рецензент:
Директор ТОВ «КС-Партс



Антон САВЕНКО

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму “Маркетинг”
підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 “Маркетинг”
у Національному технічному університеті
«Харківський політехнічний інститут»

На сьогодні маркетинг необхідно розглядати як теорію і практику управління виробництвом і збутом товарів, послуг, яке орієнтовано на потреби та попит споживачів, найбільш повне їх задоволення, та забезпечує прибуткову діяльність підприємства. Управління підприємством повинно базуватися на системному, ситуаційному, програмно-цільовому підходах, які забезпечує маркетинг. Тому підготовка фахівців з маркетингу є нагальною потребою в сучасній ринковій ситуації, а маркетолог підприємства для посилення його позицій та забезпечення конкурентоспроможності повинен вчасно корегувати стратегію і тактику підприємства.

Варто звернути увагу на наповнення освітньої програми сучасними освітніми компонентами, розробленими докторами та кандидатами наук, котрі мають не тільки високий рівень теоретичної підготовки, але й постійно вдосконалюють свою майстерність шляхом стажування на підприємствах та у інших закладах вищої освіти в Україні та за кордоном, що підтверджується відповідними документами на офіційному веб-сайті кафедри маркетингу НТУ «ХПІ». Розробниками програми для здобувачів запропонований широкий перелік дисциплін вільного вибору, що забезпечує для них можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії та сприяє їх різнобічному розвитку як особистостей та фахівців вищої кваліфікації.

Таким чином, ОПІ «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти 2025 року НТУ «ХПІ» дозволяє сформувати результати навчання і компетенції, що є необхідними у професійній діяльності магістрів маркетингу. Навчання за цією ОПІ дозволяє здобувачам, отримавши якісну теоретичну і практичну підготовку з маркетингу бути конкурентоспроможними на ринку праці

Рецензентка



Надія ТКАЧОВА
(ФОП Ткачова Н.П.)

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю D5 «Маркетинг»

Як студентка магістерської програми «Маркетинг» у НТУ «ХП», я хочу відзначити високий рівень структурованості, гнучкості та актуальності освітньої програми. Навчання побудовано таким чином, що воно не лише відповідає сучасним вимогам ринку праці, а й сприяє всебічному розвитку професійних, управлінських та аналітичних навичок. Особливо цінною є орієнтація на практику, яка виявляється у роботі з кейсами, проектами, дослідженнями, а також можливості індивідуального вибору теми магістерської роботи та бази проходження практики.

Програма надає можливості для формування глибоких фахових знань, зокрема в галузях стратегічного маркетингу, бренд-менеджменту, управління інноваціями та результативністю маркетингової діяльності. Значну увагу приділено розвитку Soft Skills, міжнародній мобільності, а також адаптації до сучасних цифрових умов ведення бізнесу. Завдяки зусиллям викладачів кафедри маркетингу, освітній процес є динамічним, інтерактивним і повністю відповідає очікуванням студентів, які прагнуть стати конкурентоспроможними фахівцями у сфері маркетингу.

Представлена на рецензування ОПІ «Маркетинг» рекомендована до впровадження в освітній процес НТУ «ХП».

Рецензентка:

Здобувачка II рівня ВО НТУ «ХП»,
групи БЕМ-М924



Марія ГУРТОВА

ПЕРЕДМОВА

Відповідає Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня галузі знань «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960)

Розроблено робочою групою ОПП «Маркетинг» Навчально-наукового інституту Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу (ЕММБ) Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі:

Гарант освітньої програми

Олександра КОСЕНКО, докторка економічних наук, професорка, професорка кафедри маркетингу НТУ «ХП».

Члени робочої групи ОПП:

1. Світлана ЧЕРНОБРОВКІНА – кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри маркетингу.
2. Олена КІТЧЕНКО – кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри маркетингу.
3. Ольга КОВАЛЕНКО, здобувачка 2 рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг», гр. БЕМ-М924

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D5 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський), магістр маркетингу
Професійна(і) кваліфікація(ї)	Професійний стандарт відсутній Професійна кваліфікація не надається
Форма навчання	<i>інституційна (очна (денна)), заочна</i>
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Назви спеціалізацій (предметних спеціальностей)	-
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	<i>НАЗЯВО. сертифікат про акредитацію освітньої програми № 10096, термін дії до 01.07.2030р.</i>
Цикл / рівень програми	<i>другий (магістерський) рівень вищої освіти; НРК – 7 рівень, EQF-LLL – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл.</i>
Передумови	Наявність ступеня бакалавр або спеціаліст/магістр
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію Переглядається щорічно
Посилання на постійне розміщення опису освітньої програми	https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/osvitnij-riven-magistr-vstup-2025-2026-navchalnogo-roku/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньо-професійної програми є підготовка магістрів маркетингу, формування інноваційного способу мислення та здатності здійснювати маркетингову, управлінську, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність. Програма зорієнтована на розвиток стратегічного, критичного й інноваційного мислення, а також формування практичних компетентностей, необхідних для побудови професійної кар'єри у сфері бізнесу, підприємництва, реклами, аналітики або продовження наукової діяльності. Програма узгоджена з місією та стратегічними цілями НТУ «ХПІ» — забезпечення якості освіти, міжнародної інтеграції та розвитку підприємницької екосистеми.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань: «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг» Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка магістрів, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здат-

	<p>ні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології: пояснювально-ілюстративний (інформаційно-рецептивний) метод; репродуктивний метод (метод відтворення); метод проблемного викладу; частково-пошуковий (евристичний) метод; дослідницький метод; дискусійний метод; метод моделювання, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Спрямована на формування інноваційного маркетингового світогляду, оволодіння здатністю розв'язувати складні задачі та проблеми в сфері маркетингу в умовах невизначеності для інноваційного випереджального економічного зростання суб'єктів господарювання.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Загальна освіта за спеціальністю D5 «Маркетинг».</p> <p>Основний фокус – підготовка фахівців високого рівня на основі набуття відповідних компетентностей, здатності розв'язувати складні аналітичні, організаційно-управлінські, науково-дослідницькі та інноваційні завдання в області теорії та практики маркетингу.</p> <p>Ключові слова: маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингові рішення, маркетингова стратегія, проєктний менеджмент у маркетингу, управління результативністю, брендинг, комунікації та переговори.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма є багатопрофільною та передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері формування та управління маркетинговою діяльністю на сучасних підприємствах та в організаціях. Характеризується поглибленим вивченням маркетингового стратегічного управління та маркетингового менеджменту з акцентом на соціально і екологічно відповідальному споживанні.</p> <p>Освітня програма містить можливість вибору здобувачем індивідуальної освітньої траєкторії, яка дозволить поглибити рівень фахових компетентностей та повністю або частково досягти унікальних соціальних і професійних результатів навчання. Індивідуалізації освітньої траєкторії також сприяє особистий вибір керівника та теми наукового дослідження в межах кваліфікаційної роботи магістра, підприємства на базі якого відбувається апробація результатів дослідження.</p> <p>В структурі освітньої програми передбачено перелік вибірових дисциплін поглибленої профільної підготовки, що сприяють засвоєнню теоретичних засад та формуванню практичних навичок здобувачів у різних сферах маркетингової діяльності: рекламному бізнесі, маркетинговому менеджменті, а також</p>

	<p>окремий (обов'язковий) перелік таких, що підвищить кількість Soft Skills і викладається безпосередньо перед проходженням переддипломної практики.</p> <p>Передбачає можливість участі у проектах молодіжної академічної мобільності у країні ЄС за програмою ERASMUS+ для поглиблення Soft Skills у міжнародному середовищі</p> <p>Навчання включає можливість роботи індивідуально та у командах через методи ділових ігор, розв'язання кейсів, розробки і захисту самостійних проєктів, есе, складання списку ідей, тощо.</p> <p>Орієнтована на глибоку спеціальну та практичну підготовку маркетологів враховуючи сучасні вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери. Широко використовується досвід підготовки фахівців в провідних європейських університетах в рамках програми ERASMUS+.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010) (https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text).</p> <p>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; 2419.2 Експерт, рекламист, консультант, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).</p>
Академічні права випускників	<p>Можливе подальше продовження освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>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</p>
Оцінювання	<p>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.</p> <p>За даною ОПП діє рейтингова система оцінювання, в основу якої покладено поопераційний контроль і накопичення рейтингових балів за різнобічну навчально-пізнавальну діяльність здобувача вищої освіти. Вона відображає всі оцінки за складовими навчального процесу з урахуванням їх вагових показників (зазначено у силабусах), що належить до даного контрольного періоду: тематичний модуль, семестр, курс.</p>
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.
Спеціальні (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 – Результати навчання	
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 іно-

	<p>земною 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 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>Кадрове забезпечення освітньої програми відповідає постанові Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021. Додаток 15-16).</p> <p>Реалізація програми забезпечується науково-педагогічними працівниками з науковими ступенями та вченими званнями, які відповідають не менше, ніж 4 вимогам п. 38 Ліцензійних вимог та мають необхідний стаж наукової та педагогічної роботи, а також висококваліфікованими спеціалістами, які мають відповідну професійну компетентність або досвід практичної, управлінської, дослідницької роботи у сфері маркетингу. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, у т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення освітньої програми відповідає постанові Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021 Додаток 17) та дозволяє забезпечити успішну підготовку здобувачів другого (магістерського) рівня за ОПІ Маркетинг. Відповідає постанові Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвер-</p>

	<p>дження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021 Додаток 17)</p> <p>В освітньому процесі використовуються навчальні приміщення для проведення лекційних та практичних занять, аудиторії, оснащені сучасним мультимедійним обладнанням, комп'ютерні класи із необхідним програмним забезпеченням. При онлайн навчанні використовується корпоративна мережа Microsoft Teams, де в режимі реального часу проходять всі заняття з презентацією навчальних матеріалів та залученням різних методів роботи</p> <p>Бібліотека акумулює наукову та навчальну літературу й періодичні спеціальні видання, необхідні для самостійної роботи студентів. Здобувачі також мають необмежений відкритий доступ до Інтернет-мережі.</p> <p>Наявна соціально-побутова інфраструктура відповідає ліцензійним вимогам та включає гуртожитки, їдальню, актовий зал, спорткомплекс, стадіон, пункт медичної допомоги, психологічну службу, що забезпечує сприятливі умови навчання здобувачів.</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Кожна дисципліна навчального плану здобувачів вищої освіти даної освітньої програми на 100% забезпечена комплексом навчально-методичного забезпечення освітніх компонент навчального плану та навчальними матеріалами (підручниками, навчальними посібниками, конспектами лекцій, методичними вказівками, довідниками, стандартами згідно з переліком рекомендованої літератури або їх електронними варіантами з дотриманням вимог законодавства про інтелектуальну власність). Для деяких навчальних дисциплін розроблено матеріали лише в електронній формі.</p> <p>Наявність офіційного веб-сайту кафедри маркетингу, на якому розміщена основна інформація про освітні програми, - https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/</p> <p>Здобувачам вищої освіти забезпечений вільний доступ до навчально-методичних матеріалів та електронних інформаційних ресурсів ОПП.</p> <p>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 № 365 від 24.03.2021, Додаток 18).</p> <p>Посилання на силабуси за освітньою програмою https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabus-mag/</p>
9 – Академічна мобільність	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>На основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та вищими навчальними закладами України</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>Академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політех-</p>

	нічний інститут» та Мішкольцьким університетом (Угорщина), Університет Прикладних Наук Цітгау/Герліц, Саксонія (Німеччина), Казахсько-Німецький Університет, Алмати (Казахстан), Білостоцький технічний університет, Білосток (Польща)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання здобувачів згідно вимог чинного законодавства за умов визначення попереднього рівня

**2. ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»
ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ**

<i>Код о/к</i>	<i>Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)</i>	<i>Кількість кредитів</i>	<i>Форма підсумкового контролю</i>
1. Обов'язкові компоненти ОП			
Загальна підготовка			
ЗП 1	Методологія наукових досліджень	5,0	Залік
ЗП 2	Засоби аналізу даних	5,0	Залік
Спеціальна (фахова) підготовка			
СП1	Стратегічний маркетинг	5,0	Іспит
СП2	Маркетинг відносин	5,0	Іспит
СП3	Управління результативністю маркетингової діяльності	5,0	Іспит
СП4	Управління інноваційним розвитком	5,0	Залік
СП5	Проектний менеджмент у маркетингу	5,0	Іспит
СП6	Communications and negotiations	4,0	Іспит
СП7	Бренд-менеджмент	5,0	Іспит
2. Практична підготовка			
ПП 1	Переддипломна практика	12,0	Залік
3. Атестація			
A1	Кваліфікаційна робота	10,0	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66,0	
4. Вибіркові компоненти ОП			
4.1 Освітні компоненти вільного вибору професійної підготовки загальноінститутського каталогу			
ОКВП	ОК ВВ ПП 1	4,0	Залік
ОКВП	ОК ВВ ПП 2	4,0	Залік
ОКВП	ОК ВВ ПП 3	4,0	Залік
ОКВП	ОК ВВ ПП 4	4,0	Залік
Освітні компоненти вільного вибору професійної підготовки загальноінститутського каталогу		16	
4.2 Освітні компоненти вільного вибору загальноуніверситетського каталогу			
ОКЗП	ОК ВВ ЗП 1	4,0	Залік
ОКЗП	ОК ВВ ЗП 2	4,0	Залік
Освітні компоненти вільного вибору загальноуніверситетського каталогу		8	
Загальний обсяг вибіркових компонент:		24	
Загальний обсяг освітньої програми:		90.0	

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

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів ECTS / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	Загальна підготовка	10 / 11	-	10 / 11
2	Спеціальна (фахова) підготовка	56 / 62	-	56 / 62
3	Компоненти вільного вибору	-	24 / 27	24 / 27
Всього за весь термін навчання:		66 / 73	24 / 27	90 / 100

4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразку про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: «**Магістр маркетингу**».

Виконується перевірка кваліфікаційної роботи на академічний плагіат з використанням програмно-технічних засобів. Оприлюднення кваліфікаційної роботи в репозитарії НТУ «ХПІ». Публічний захист кваліфікаційної роботи проходить на відкритому засіданні атестаційної комісії.

5. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

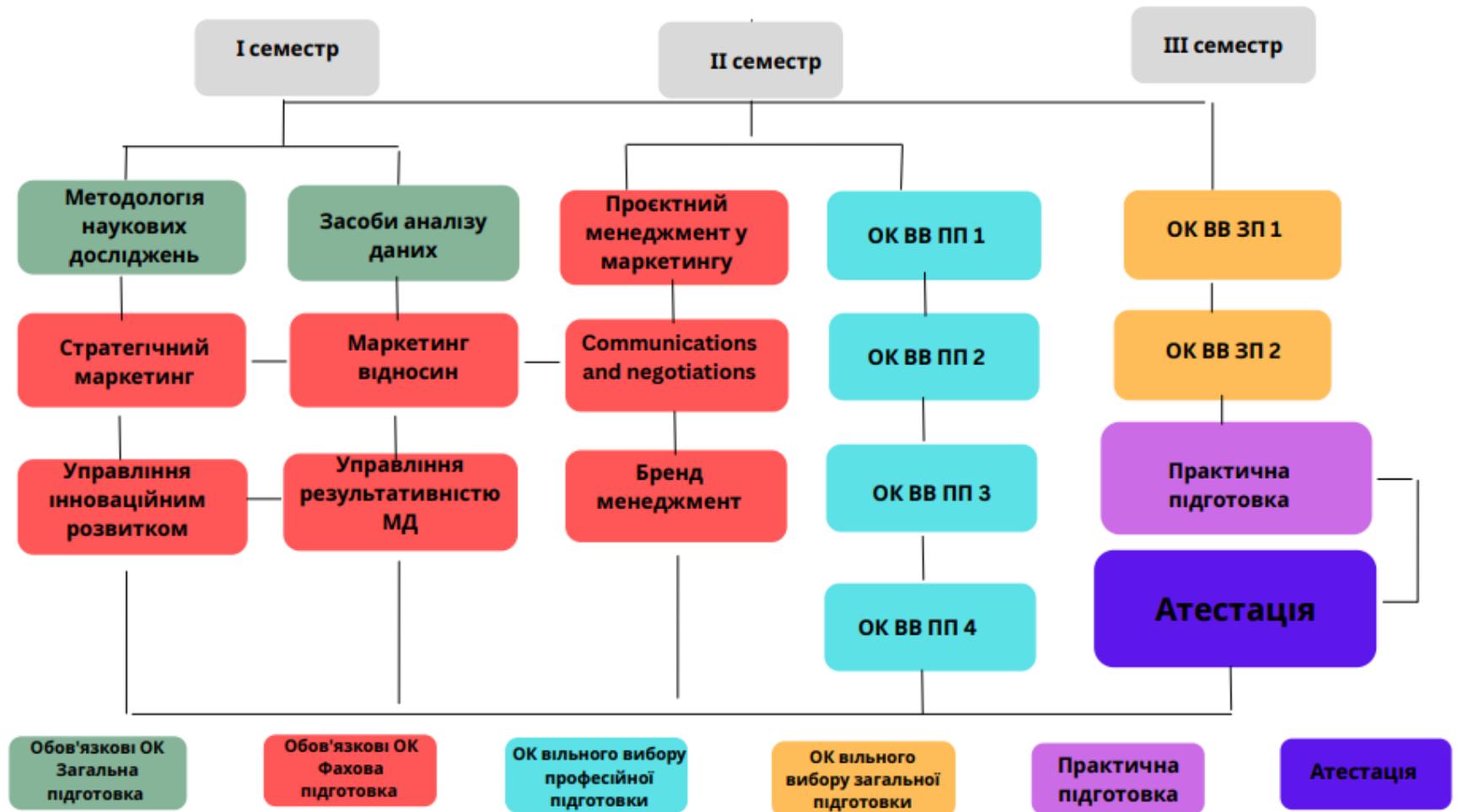
Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	<p>Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти в НТУ ХПІ: відповідальність; адекватність; автономність; вимірюваність; наявність академічної культури та відкритості.</p> <p>Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти є:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реалізація політики якості, щодо вирішення стратегічних цілей і завдань постійного поліпшення якості; 2. Забезпечення публічності інформації про освітні програми,
---	---

	<p>ступені вищої освіти та кваліфікації;</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Університету та здобувачами вищої освіти; 4. Підготовка та проведення моніторингових та соціально-психологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; 5. Залучення стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямками внутрішнього забезпечення якості; 6. Зовнішнє оцінювання якості діяльності НТУ ХПІ за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог; 7. Участь у процедурах акредитації та постакредитаційного моніторингу освітніх програм Університету. <p>Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого та практикоорієнтованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом.</p> <p>На підставі результатів аудиту системи управління якістю Університет отримав Сертифікат на систему управління якістю стосовно надання послуг у сфері вищої освіти; наукового досліджування та експериментального розроблення, яким підтверджено що Система управління якістю НТУ «ХПІ» відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001:2015. Це «візитна картка НТУ «ХПІ», яка гарантує, що всі процеси, що функціонують в університеті, керовані і перебувають під контролем керівництва і збільшує перспективи Університету щодо контактів з потенційними грантодавцями та інвесторами. https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/dokumenty/systema-upravlinnya-yakisty/</p>
<p>Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм</p>	<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними документами в НТУ ХПІ щорічно.</p> <p>Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення:</p> <ul style="list-style-type: none"> - освітніх потреб здобувачів вищої освіти, можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; - роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); - інших стейкхолдерів. <p>Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, аналіз нормативних документів, аналіз ситуації відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми, організації освітнього процесу за цією програмою та якості надання освітньої послуги.</p> <p>Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється:</p>

	<p>а) щорічно за результатами моніторингу;</p> <p>б) після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, щодо доцільності її існування у подальшому;</p> <p>в) в разі зміни законодавчої та нормативної бази;</p> <p>г) за результатами акредитації (загальних результатів попередніх акредитацій за галузю, спеціальністю, по кафедрі, інституту, університету).</p> <p>https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/yakist-osvity/akredytatsiya-2023-2024/akredytatsiya-2024-2025/</p>
Забезпечення за-рахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами.</p> <p>Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; шкалою оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в силабусах освітніх компонент; обліку, аналізу та порівнянні результатів навчання. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи. Використовується рейтингова система оцінювання.</p>
Забезпечення якості Студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання	<p>Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів, забезпечення інформаційно-технічної підтримки враховують потреби здобувачів вищої освіти та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти інформовані про їх наявність.</p>
Забезпечення якості науково-педагогічних працівників	<p>Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників і кафедр Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету, особистісного професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом навчального року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр відбувається на засіданні Ради з якості та Методичної ради Університету.</p> <p>Результати щорічного оцінювання розміщуються на офіційному веб-сайті Університету.</p>
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	<p>Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти.</p> <p>Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль при опануванні освітньої-професійної (наукової) програми.</p>

<p>Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)</p>	<p>З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом.</p> <p>Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами та ін.</p>
<p>Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність</p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною (науковою) програмою публікується на сайті НТУ «ХПІ», включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості.</p> <p>Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються тощо.</p>
<p>Забезпечення академічної доброчесності</p>	<p>Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників Університету та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності і регулюється такими документами НТУ ХПІ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Статут Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; 2. Кодекс етики академічних взаємовідносин та доброчесності Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; 3. Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у випускних кваліфікаційних роботах здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; 4. Положення про репозитарій «Електронний архів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; 5. Положення про Електронний репозитарій кваліфікаційних випускних робіт здобувачів вищої освіти у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут»

6. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ



**7. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИЗНАЧЕНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ,
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ ПІДГОТОВКИ**

Інтегральна компетенція забезпечується атестацією

Результати навчання	Компетентності																
	Інтегральна компетентність																
	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9
PH-1	ПП1							СП4 СП5	ПП1								ЗП1 СП5
PH-2	СП1	ЗП1							СП2 СП3								ЗП1
PH-3	ЗП1					ЗП1 СП3		СП5		ЗП1							
PH-4	СП1	СП7		СП1 СП4											СП1 СП7		
PH-5						ЗП1 СП5 ПП1			ЗП1 ЗП2	ЗП1 ПП1							
PH-6	СП5							СП5						СП4		СП3	
PH-7		СП7	СП2								СП4					СП2	
PH-8					СП2 СП6						СП6 СП2						
PH-9	ЗП1							СП2 СП5			СП2 СП7 СП6			ПП1		СП2	
PH-10		СП6 ПП1					СП1							СП3	СП1	СП3	
PH-11						ЗП2 СП3 ПП1									СП1		
PH-12	ЗП1 СП1										СП6	ПП1		СП1	СП3		
PH-13	СП7		ЗП2 СП3					СП5					ЗП2	СП4			
PH-14				СП1	СП2		СП2									СП2	
PH-15						ЗП1 ЗП2			ЗП1 СП3	ЗП1		ПП1		ПП1			