

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



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

« 01 » 05 2024р.

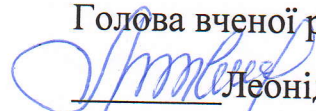
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

Другого (магістерського) 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 № 4

від «26» 04 2024р.

Харків 2024р.



ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Рівень вищої освіти

Другий (магістерський)

Галузь знань

07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність

075 «Маркетинг»

Кваліфікація

Магістрмаркетингу

СХВАЛЕНО

Робочою групою ОПП зі спеціальності
«Маркетинг»

Гарант освітньої програми



Олександра КОСЕНКО

« 24 » _____ квітня _____ 2024 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник головиметодичної ради



Руслан МІГУЩЕНКО

« 25 » _____ квітня _____ 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри маркетингу



Діана РАЙКО

« 24 » _____ квітня _____ 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового
інституту економіки, менеджменту
та міжнародного бізнесу



Олександр МАНОЙЛЕНКО

« 24 » _____ квітня _____ 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Здобувач вищої освіти
(член робочої групи), гр. БЕМ-М923а



Вікторія ВОЗНЕНКО

« 24 » _____ квітня _____ 2024 р.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Позитивні рецензії на освітню програму одержано від:

1. Декан економічного факультету Мішкольцького університету (Угорщина), професор, доктор Маріанн Шомоші
2. Професорка кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту, д.е.н., проф. Альона Танасійчук
3. Професорка кафедри економіки підприємства та інвестицій Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., проф. Олександра Мрихіна



REVIEW

of the educational and professional program Marketing for the second level of
higher education in the specialty 075 Marketing
fields of knowledge 07 Management and administration
Master of Marketing qualification

Globalization of markets, virtualization of the world economy, increased competition between domestic and foreign manufacturers, growth in customer demands and their needs challenge enterprises to survive in the market environment. The struggle to strengthen market positions and expand the boundaries of activity requires professional knowledge of market laws and directions of strategic development, which actualizes the need to provide enterprises with qualified personnel with competencies and practical skills in the use of marketing principles of economic activity.

Graduates of the department of marketing of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" work in leading domestic and foreign companies of various industries, which confirms the high personnel and scientific and methodological potential of the graduate department of marketing and the ability to provide high-quality training of marketing specialists. In the process of master's training, the realization of general and professional competencies is foreseen.

The curriculum of the educational and professional program corresponds to its goals and objectives. The sequence of study of disciplines, the list and scope of normative and selective disciplines, the schedule of the educational process corresponds to the logical and structural scheme of the training of higher education applicants in the specialty "Marketing".

The results determined by the educational and professional program fully meet the requirements and requests of potential employers.

The educational and professional program "Marketing" for training students of higher education in the specialty 075 "Marketing" of the field of knowledge 07 "Management and administration" is relevant, fully corresponds to the key principles, traditions and requirements of higher education, developed in accordance with industry standards of higher education, provides modern and high-quality professional training of marketing masters, fully meets the requirements of potential employers (stakeholders) for graduates of the specialty and can be recommended for practical use.

Miskolc, 2024.03.08.

Miskolc Egyetem,
Gazdaságtudományi Kar
Dékáni Hivatal
3515 Miskolc-Egyetemváros

Prof. Dr. Mariann Somosi Veresné
Dean, Full Professor, Faculty of Economics
holder of the candidate in economics, doctorate (Ph.D.)

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Подана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

З урахуванням положень чинного стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня спеціальності 075 - «Маркетинг» сформовано перелік обов'язкових компонент програми, загальні та фахові компетентності здобувачів вищої освіти. Частка вибірових компонент складає приблизно 30% у загальних обсягах навчальних кредитів. Цим досягається можливість формування здобувачами вищої освіти персональних освітніх траєкторій. Освітньо-професійна програма базується на положеннях Закону України «Про вищу освіту», зокрема тих, які визначають сутність освітньо-професійної програми, особливості другого (магістерського) рівня вищої освіти, компетентнісний підхід до організації навчання, та розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Навчальний план освітньо-професійної програми відповідає її цілям і завданням. Послідовність вивчення дисциплін, перелік і обсяг нормативних та вибірових дисциплін, графік навчального процесу відповідає логічноструктурній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг». Результати, визначені освітньо-професійною програмою, повністю відповідають вимогам і запитам потенційних роботодавців. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблена кафедрою маркетингу Національного технічного університету «ХПІ» є актуальною, повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам вищої школи, розроблена у відповідності до галузевих стандартів вищої освіти, забезпечує сучасну та якісну фахову підготовку магістрів маркетингу, повністю відповідає вимогам потенційних роботодавців (стейкхолдерів) до випускників спеціальності та може бути рекомендована для практичного використання.

Рецензент:

Професорка кафедри
маркетингу та реклами **Вінницького**
торговельно-економічного інституту
д.е.н., проф.



Особистий підпис
Альона ТАНАСІЙЧУК
ЗАСВІДЧУЮ
Альона Танасійчук

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
для другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «магістр»
за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та
адміністрування», розроблена кафедрою маркетингу Національного
технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Рецензована освітньо-професійна програма підготовки фахівців другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» спрямована на професійну підготовку магістрів з маркетингу. Програма складена науково та логічно, містить необхідний рівень інформації для підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу, здатних вирішувати складні завдання в професійній діяльності.

Метою освітньо-професійної програми є підготовка висококваліфікованих професіоналів, поглиблення професійної підготовки з управління стратегічною маркетинговою діяльністю, здійснення наукових досліджень у сфері маркетингової діяльності, підготовка до здійснення управлінських функцій. Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їхніх економічних та соціальних інтересів.

Головна ціль освітньої програми, що рецензується, полягає у підготовці магістрів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням сучасного стану економіки та ринкових відносин, орієнтована на актуальну спеціальність, у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра у сфері комунікацій, збуту, стратегічного, міжнародного чи цифрового маркетингу.

Отже, освітньо-професійна програма з управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг» за своєю структурою та змістовим наповненням відповідає встановленим вимогам освітнього стандарту за другим (магістерським) рівнем, професійного стандарту вищої освіти України Міністерства освіти і науки України. Підготовка фахівців з маркетингу за цією програмою допоможе оволодіти відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю.

Рецензентка:

Професорка кафедри

економіки підприємства та інвестицій

Національного університету

«Львівська політехніка»

д.е.н., проф.

ПІДПИС ЗАСВІДЧУЮ

НАУКОВИЙ ВІДДІЛ КАДРІВ



Олександра МРИХІНА

ПЕРЕДМОВА

Відповідає Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 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, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ».

Члени робочої групи ОПП:

1. Світлана ЧЕРНОБРОВКІНА – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.
2. Олена КІТЧЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.
3. Вікторія ВОЗНЕНКО, здобувачка 2 рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг», гр. БЕМ-М923а

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «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
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 01.07.2025р.
Цикл / рівень програми	<i>другий (магістерський) рівень вищої освіти; НРК України – 7 рівень; FQ-EHEA – другий цикл, EQF – 7 рівень</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
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/dokumenty/
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 з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях; формування компетенцій та практичних навичок під час вирішення завдань та проблемних питань у сфері мінливого ринкового середовища, розробки стратегій з маркетингу та впровадження інноваційних технологій у професійну діяльність	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «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 здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання 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. 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. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	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.
Основний фокус освітньої програми	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». 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. Ключові слова: маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингові рішення, маркетингова стратегія, проєктний менеджмент у маркетингу, управління результативністю, брендинг, комунікації та переговори.
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. Характеризується поглибленим вивченням маркетингового стратегічного управління та маркетингового менеджменту з акцентом на соціально і екологічно відповідальному споживанні. 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. В структурі освітньої програми передбачено перелік вибіркових 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 окремий (обов'язковий) перелік таких, що підвищить кількість Soft Skills і викладається безпосередньо перед проходженням переддипломної практики. Передбачає можливість участі у проєктах молодіжної академічної мобільності у країні ЄС за програмою ERASMUS+

	для поглиблення Soft Skills у міжнародному середовищі 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. 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+.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010) (https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text). 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).
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за третім (освітньо-науковим) 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. 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: модуль, семестр, курс.
6 – Програмі 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.

	P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, 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	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). 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.
Матеріально-технічне забезпечення	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 ОПП Маркетинг. 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) 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 Бібліотека акумулює наукову та навчальну літературу й періодичні спеціальні видання, необхідні для самостійної роботи студентів. Здобувачі також мають необмежений відкритий доступ до Інтернет-мережі. 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.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Кожна дисципліна навчального плану здобувачів вищої освіти даної освітньої програми на 100% забезпечена комплексом навчально-методичного забезпечення дисциплін 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. Наявність офіційного веб-сайту кафедри маркетингу, на якому розміщена основна інформація про освітні програми, - https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/ Здобувачам вищої освіти забезпечений вільний доступ до навчально-методичних матеріалів та електронних інформаційних ресурсів ОПП. 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).
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 Прикладних Наук Ціттау/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 ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

<i>Код</i>	<i>Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, квалі- фікаційна робота)</i>	<i>Кількість кредитів</i>	<i>Форма підсум- кового контро- лю</i>
Обов'язкові компоненти ОПП			
<i>Загальна підготовка</i>			
ЗП 1	Основи наукових досліджень	5,0	Залік
ЗП 2	Засоби аналізу даних	5,0	Залік
<i>Спеціальна (фахова) підготовка</i>			
СП1	Стратегічний маркетинг	5,0	Іспит
СП2	Маркетинг відносин	5,0	Іспит
СП3	Бренд-менеджмент	5,0	Іспит
СП4	Управління інноваційним розвитком	5,0	Іспит
СП5	Проектний менеджмент у маркетингу	5,0	Іспит
СП6	Communications and negotiations	4,0	Іспит
СП7	Управління результативністю маркетингової діяльності	5,0	Іспит
<i>Практична підготовка</i>			
ПП 1	Переддипломна практика	12,0	Залік
<i>Атестація</i>			
	Атестація	10,0	Захист квалі- фікаційної (ви- пускної) робо- ти
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66,0	
Вибіркові компоненти ОПП			
<i>Освітні компоненти вільного вибору професійної підготовки згідно переліку</i>			
ОКП	Дисципліни	16,0	Залік
<i>Освітні компоненти вибору із загальноуніверситетського каталогу загальної підготовки згідно переліку</i>			
ОКВ	Дисципліни	8,0	Залік
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ЗА ТЕРМІН ПІДГОТОВКИ		90,0	

3. 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
			професійної підготовки	загальної підготовки	
1	2	3	4		5
1	Цикл загальної підготовки	10 / 11	- / -		10 / 11
2	Цикл професійної та практичної підготовки	46 / 51	16 / 18	8/9	70 / 78
3	Атестація	10 / 11	- / -	- / -	10 / 11
Всього за весь термін навчання		66 / 73	24 / 27		90 / 100

4.

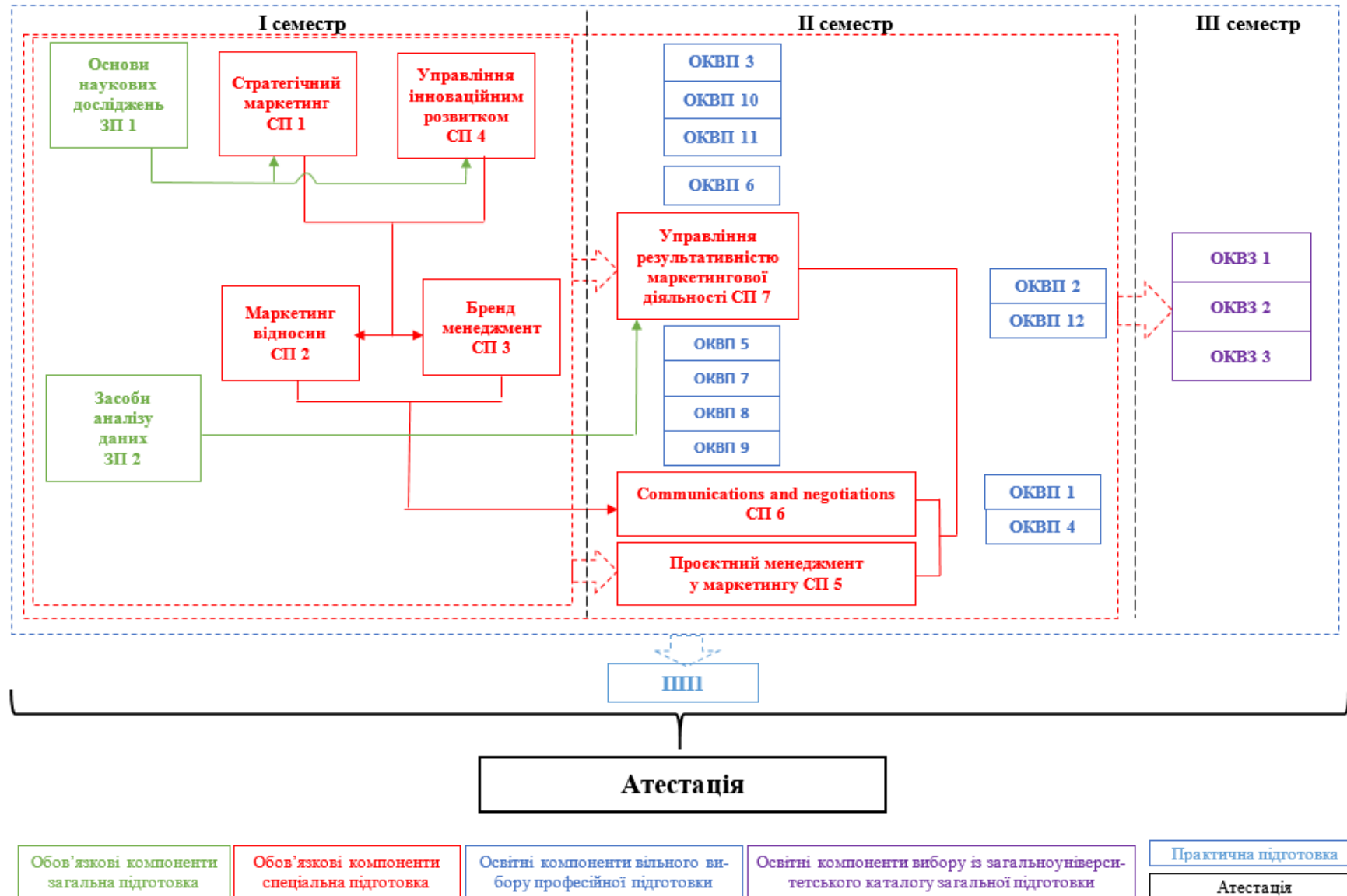
5.

6. 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»**.

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.

7. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



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

Інтегральна компетенція забезпечується атестацією

Результати навчання	Компетентності																
	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
P1	ПП1								СП4 СП5	ПП1							ЗП1 СП5
P2	СП1	ЗП1								СП2 СП7							ЗП1
P3	ЗП1					ЗП1 СП7		СП5			ЗП1						
P4	СП1	СП3		СП1 СП4											СП1 СП3		
P5						ЗП1 СП5 ПП1				ЗП1 ЗП2	ЗП1 ПП1						
P6	СП5							СП5							СП4		СП7
P7		СП3	СП2									СП4				СП2	
P8					СП2 СП6							СП4 СП6 СП2					
P9	ЗП1								СП2 СП5			СП2 СП3 СП6		ПП1		СП2	
P10		СП6 ПП1					СП1							СП7	СП1	СП7	
P11						ЗП2 СП7 ПП1									СП1		
P12	ЗП1 СП1							СП5				СП6	ПП1		СП1	СП7	
P13	СП3		ЗП2 СП7										ЗП2	СП4			
P14				СП1	СП2		СП2									СП2	
P15						ЗП1 ЗП2				ЗП1 СП7	ЗП1		ПП1		ПП1		

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

**NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY
"KHARKIV POLYTECHNIC INSTITUTE"**



I APPROVE

Rector of NTU "KhPI"

Evgen SOKOL

«01» 05 2024

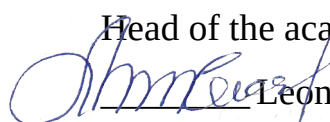
**EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL PROGRAM
MARKETING**

Second (master's) level of higher education

in specialty	075 "Marketing"
fields of knowledge	07 "Management and administration"
qualification:	Master of Marketing

**APPROVED
BY THE ACADEMIC COUNCIL
OF NTU "KhPI"**

Head of the academic council

 Leonid TOVAGNIANSKY

Protocol № 4

from «26» 04 2024

Kharkiv 2024

LETTER OF AGREEMENT

Educational and professional program "Marketing"

Level of higher education

Second (master's)

Branch of knowledge

07 «Management and administration»

Specialty

075 «Marketing»

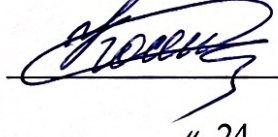
Qualification

Master of Marketing

APPROVED

Working group of OPP on specialty
"Marketing"

Guarantor of the educational program



Oleksandra KOSENKO

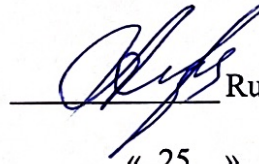
« 24 » April 2024

RECOMMENDED

Methodical Council of NTU "KhPI"

Deputy Chairman of the

Methodical Council



Ruslan MIGUSHENKO

« 25 » April 2024

AGREED

Head of the Department of Marketing

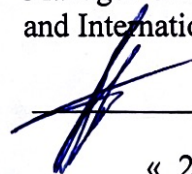


Diana RAIKO

« 24 » April 2024

AGREED

Director of the Educational and
Scientific Institute of Economics,
Management
and International Business

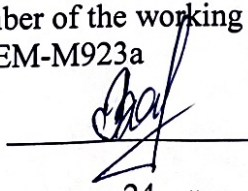


Oleksandr MANOILENKO

« 24 » April 2024

AGREED

Graduate of higher education
(member of the working group),
gr. BEM-M923a



Victoria Voznenko

« 24 » April 2024

REVIEWERS:

Positive reviews of the educational program were received from:

1. Dean of the Faculty of Economics of the University of Miskolc (Hungary), professor, Dr. Mariann Šomoshi
2. Head of the Department of Economics of the Kremenchug National University named after Mykhailo Ostrogradskyi, Doctor of Economics, prof. Olga Maslak
3. Professor of the Department of Enterprise and Investment Economics of Lviv Polytechnic National University, Doctor of Economics, prof. Oleksandra Mrikhina



REVIEW

of the educational and professional program Marketing for the second level of
higher education in the specialty 075 Marketing
fields of knowledge 07 Management and administration
Master of Marketing qualification

Globalization of markets, virtualization of the world economy, increased competition between domestic and foreign manufacturers, growth in customer demands and their needs challenge enterprises to survive in the market environment. The struggle to strengthen market positions and expand the boundaries of activity requires professional knowledge of market laws and directions of strategic development, which actualizes the need to provide enterprises with qualified personnel with competencies and practical skills in the use of marketing principles of economic activity.

Graduates of the department of marketing of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" work in leading domestic and foreign companies of various industries, which confirms the high personnel and scientific and methodological potential of the graduate department of marketing and the ability to provide high-quality training of marketing specialists. In the process of master's training, the realization of general and professional competencies is foreseen.

The curriculum of the educational and professional program corresponds to its goals and objectives. The sequence of study of disciplines, the list and scope of normative and selective disciplines, the schedule of the educational process corresponds to the logical and structural scheme of the training of higher education applicants in the specialty "Marketing".

The results determined by the educational and professional program fully meet the requirements and requests of potential employers.

The educational and professional program "Marketing" for training students of higher education in the specialty 075 "Marketing" of the field of knowledge 07 "Management and administration" is relevant, fully corresponds to the key principles, traditions and requirements of higher education, developed in accordance with industry standards of higher education, provides modern and high-quality professional training of marketing masters, fully meets the requirements of potential employers (stakeholders) for graduates of the specialty and can be recommended for practical use.

Miskolc, 2024.03.08.

Miskolc Egyetem,
Gazdaságtudományi Kar
Dékáni Hivatal
3515 Miskolc-Egyetemváros

Prof. Dr. Mariann Somosi Veresné
Dean, Full Professor, Faculty of Economics
holder of the candidate in economics, doctorate (Ph.D.)

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Подана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти реалізується в Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут». ОПП розроблена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу НТУ «ХПІ» й спрямована на надання здобувачам вищої освіти кваліфікації магістр маркетингу.

Аналіз структурно логічної схеми ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти свідчить про вдале поєднання освітніх компонент, що забезпечують досягнення поставленої мети. Перелік обов'язкових освітніх компонентів та послідовність їх вивчення спрямовуються на формування у здобувачів вищої освіти належного рівня загальних та фахових компетентностей й досягнення програмних результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю.

Варто відзначити наповнення освітньо-професійної програми сучасними дисциплінами і залучення до викладання фахівців високого рівня – докторів та кандидатів наук. Цікавими та корисними є дисципліни, що включені до програми, слід зауважити, що серед обов'язкових компонент є така, що викладається англійською «Communications and negotiations». Також важливим фактом є можливість навчання за даною ОПП як українською, так і англійською мовами. Всі викладачі, залучені до процесу викладання мають сертифікати, що підтверджують рівень їх володіння англійською мовою на рівні не нижче B2.

Представлена на рецензування ОПП «Маркетинг» є логічною і виваженою, відповідно існуючим нормативним вимогам та запитам суспільства, забезпечує високий рівень підготовки здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем та рекомендована до впровадження в освітній процес НТУ «ХПІ».

Рецензент:

завідувачка кафедри економіки
Кременчуцького Національного університету
імені Михайла Остроградського,
д.е.н., проф.



Ольга МАСЛАК

підпис *Ольга Маслак*
ЗАСВІДЧУЮ

І.А.Трашкова

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
для другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «магістр»
за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та
адміністрування», розроблена кафедрою маркетингу Національного
технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Рецензована освітньо-професійна програма підготовки фахівців другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» спрямована на професійну підготовку магістрів з маркетингу. Програма складена науково та логічно, містить необхідний рівень інформації для підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу, здатних вирішувати складні завдання в професійній діяльності.

Метою освітньо-професійної програми є підготовка висококваліфікованих професіоналів, поглиблення професійної підготовки з управління стратегічною маркетинговою діяльністю, здійснення наукових досліджень у сфері маркетингової діяльності, підготовка до здійснення управлінських функцій. Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їхніх економічних та соціальних інтересів.

Головна ціль освітньої програми, що рецензується, полягає у підготовці магістрів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням сучасного стану економіки та ринкових відносин, орієнтована на актуальну спеціальність, у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра у сфері комунікацій, збуту, стратегічного, міжнародного чи цифрового маркетингу.

Отже, освітньо-професійна програма з управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг» за своєю структурою та змістовим наповненням відповідає встановленим вимогам освітнього стандарту за другим (магістерським) рівнем, професійного стандарту вищої освіти України Міністерства освіти і науки України. Підготовка фахівців з маркетингу за цією програмою допоможе оволодіти відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю.

Рецензентка:

Професорка кафедри

економіки підприємства та інвестицій

Національного університету

«Львівська політехніка»

д.е.н., проф.

ПІДПИС ЗАСВІДЧУЮ

НАУКОВИЙ ВІДДІЛ КАДРІВ



Олександра МРИХІНА

ПЕРЕДМОВА

Corresponds to the Standard of higher education for the second (master's) level of the field of knowledge 07 "Management and administration", specialty 075 "Marketing", approved and put into effect by the order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated 07.10.2019 No. 960)

Developed by the working group of the OPP "Marketing" of the Educational and Scientific Institute of Economics, Management and International Business (EMMB) of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" as part of:

Guarantor of the educational program

Oleksandra KOSENKO, doctor of economic sciences, professor, professor of the marketing department of NTU "KhPI".

Members of the OPP working group:

1. Svitlana CHERNOBROVKINA – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing.
2. Olena KITCHENKO - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing.
3. Viktoriya VOZNENKO, graduate of the 2nd level of higher education, specialty "Marketing", city of BEM-M923k

**1. PROFILE OF THE EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL SPECIALIZED
PROGRAM
BY SPECIALTY 075 "MARKETING"**

1 – General information	
Higher educational institution and structural division	National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" Educational and Scientific Institute of Economics, Management and International Business Department of Marketing
The degree of higher education and the title of the qualification in the original language	Second (master's), master of marketing
The official name of the educational program	Educational and professional program "Marketing"
Type of diploma and scope of the educational program	Master's degree, single, 90 ECTS credits, 1 year 4 months
Availability of accreditation	Certificate HД № 2192127, validity until 01.07.2025
Program cycle / level	<i>the second (master's) level of higher education; National Qualifications Framework of Ukraine – 7th level; FQ-EHEA – the second cycle, EQF – 7th level</i>
Prerequisites	Possession of a bachelor's or specialist/master's degree
Language(s) of instruction	Ukrainian, English
The term of validity of the educational program	According to the validity period of the accreditation certificate Reviewed annually
Internet address of the permanent placement of the description of the educational program	https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/dokumenty/
2 – The purpose of the educational program	
The purpose of the educational and professional program is to prepare masters of marketing who have an innovative way of thinking and the competencies necessary for effective management of marketing activities, and are able to solve managerial and scientific research tasks	
3 – Characteristics of the educational program	
Subject area (field of knowledge, specialty)	Field of knowledge: 07 "Management and administration" Specialty: 075 "Marketing" Object of study: marketing activity as a form of interaction of subjects of market relations to satisfy their economic and social interests. Learning goals: formation of an innovative way of thinking and the ability to carry out marketing, managerial, analytical, project and research activities using modern innovative approaches, technologies and methods of managing marketing activities at enterprises and organizations; formation of competencies and practical skills when solving tasks and problematic issues in the field of a changing market environment, developing marketing strategies and introducing innovative technologies into professional activity. Theoretical content of the subject area: the essence of marketing

	as a modern concept of business management; the specifics of the activities of market entities in different areas and on different types of markets; development of marketing strategies and formation of management decisions in the field of marketing. Methods, techniques and technologies: general scientific and special methods, professional methods and technologies: explanatory and illustrative (informational and receptive) method; reproductive method (reproduction method); problem presentation method; partial search (heuristic) method; research method; discussion method; modeling method, necessary to ensure effective marketing activities. Tools and equipment: modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions.
Orientation of the educational program	Educational and professional program with applied orientation. Aimed at forming an innovative marketing worldview, mastering the ability to solve complex tasks and problems in the field of marketing in conditions of uncertainty for the innovative, anticipatory economic growth of economic entities.
The main focus of the educational program	General education in specialty 075 "Marketing". The main focus is the training of high-level specialists based on the acquisition of relevant competencies, the ability to solve complex analytical, organizational-management, research and innovation tasks in the field of marketing theory and practice. Keywords: marketing activity, advertising business, marketing management, marketing decisions, marketing strategy, project management in marketing, performance management, branding, communications and negotiations.
Features of the program	The program is multidisciplinary and provides practical training for the formation of skills in the field of formation and management of marketing activities at modern enterprises and organizations. It is characterized by an in-depth study of marketing strategic management and marketing management with an emphasis on socially and environmentally responsible consumption. The educational program includes the opportunity for the applicant to choose an individual educational trajectory that will allow deepening the level of professional competences and fully or partially achieving unique social and professional learning outcomes. The individualization of the educational trajectory is also facilitated by the personal choice of the supervisor and the topic of scientific research within the limits of the master's qualification work, the enterprise on the basis of which the research results are tested. The structure of the educational program provides for a list of elective disciplines of in-depth professional training, which contribute to the assimilation of theoretical foundations and the formation of practical skills of applicants in various areas of marketing activity: advertising business, marketing management, as well as a separate (mandatory) list of those that will increase the number of Soft Skills and is taught immediately before the pre-diploma practice. Provides the opportunity to participate in youth academic mobility projects to EU countries under the ERASMUS+ program

	to deepen Soft Skills in an international environment Training includes the opportunity to work individually and in teams through the methods of business games, solving cases, developing and defending independent projects, essays, compiling a list of ideas, etc. It is focused on in-depth special and practical training of marketers, taking into account the modern requirements of the labor market, who are proactive and able to quickly adapt to the modern business environment and the scientific and research sphere. The experience of training specialists in leading European universities within the framework of the ERASMUS+ program is widely used.
4 – Graduates' suitability for employment and further education	
Suitability for employment	Professional opportunities of graduates (according to the Classifier of professions ДК 003:2010) (https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text). 1233 Director of Marketing; 1234 Head of department (advertising, public relations); 1237.1 Chief specialists; 1475 Marketing manager; 1475.4 Manager (manager) of sales Manager (manager) of public relations; 1476.1 Advertising managers; 2419.2 Expert, advertiser, consultant, specialist in methods of expanding the sales market (marketer).
Further education	It is possible to continue education at the third (educational and scientific) level of higher education, as well as to improve qualifications and obtain additional postgraduate education.
5 – Teaching and assessment	
Teaching and learning	Student-centered education, which is conducted in the form of lectures, seminars, practical classes, consultations, independent study, completion of coursework based on the study of textbooks, manuals, periodical scientific publications, use of the Internet
Assessment	Current and final control of knowledge (surveys, control and individual tasks, testing, etc.), assessments and exams (oral and written), presentations, qualification work, defense of the practice report, public defense of the qualification work. According to this OPP, there is a rating evaluation system, which is based on post-operational control and the accumulation of rating points for the versatile educational and cognitive activities of the higher education applicant. It displays all grades for the components of the educational process, taking into account their weighting indicators (specified in the syllabi), which belongs to the given control period: module, semester, course.
6 – Program competencies	
Integral competence	The ability to solve complex tasks and problems in the field of marketing in professional activity or in the learning process, which involves conducting research and/or implementing innovations and is characterized by the uncertainty of conditions and requirements.
General competences	GC1. Ability to make informed decisions. GC2. Ability to generate new ideas (creativity). GC3. The ability to evaluate and ensure the quality of the work performed.

	GC4. Ability to adapt and act in a new situation. GC5. Interpersonal skills. GC6. Ability to search, process and analyze information from various sources. GC7. Ability to show initiative and entrepreneurship. GC8. Ability to develop and manage projects.
Professional competencies of the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)	SC1. The ability to logically and consistently reproduce and apply knowledge of the latest theories, methods and practical techniques of marketing. SC2. The ability to correctly interpret the results of the latest theoretical research in the field of marketing and the practice of their application. SC3. Ability to conduct independent research and interpret their results in the field of marketing. SC4. The ability to apply a creative approach to work in the field. SC5. Ability to diagnose the marketing activity of a market entity, perform marketing analysis and forecasting. SC6. The ability to choose and apply effective means of managing the marketing activities of a market entity at the level of an organization, division, group, network. SC7. The ability to develop and analyze the marketing strategy of a market entity and ways of its implementation, taking into account cross-functional relationships. SC8. The ability to form a market entity's marketing system and evaluate the effectiveness and efficiency of its functioning. SC9. The ability to carry out theoretical and applied research in the field of marketing at an appropriate level.
7 – Program learning outcomes	
Program results of study in the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)	R1. To know and be able to apply modern principles, theories, methods and practical techniques of marketing in practical activities. R2. Be able to adapt and apply new achievements in the theory and practice of marketing to achieve specific goals and solve the problems of a market entity. R3. Plan and carry out own research in the field of marketing, analyze its results and substantiate the adoption of effective marketing decisions in conditions of uncertainty. R4. To be able to develop the strategy and tactics of marketing activity taking into account the cross-functional nature of its implementation. R5. Present and discuss the results of scientific and applied research, marketing projects in national and foreign languages. R6. To be able to increase the effectiveness of the marketing activity of the market entity at different levels of management, to develop and manage projects in the field of marketing. R7. To be able to form and improve the marketing system of a market entity. R8. Use methods of interpersonal communication in the course of solving collective problems, conducting negotiations, scientific discussions in the field of marketing. R9. Understand the essence and features of using marketing tools in the process of making marketing decisions. R10. Justify marketing decisions at the level of a market entity

	using modern management principles, approaches, methods, techniques. R11. Use the methods of marketing strategic analysis and interpret its results in order to improve the marketing activity of the market entity. R12. Carry out diagnostics and strategic and operational management of marketing for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs. R13. Manage the marketing activities of the market entity, as well as its divisions, groups and networks, determine the criteria and indicators of its evaluation. R14. Form a marketing system of interaction, build long-term mutually beneficial relations with other market subjects. R15. Collect the necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software.
8 – Resource support for program implementation	
Staff support	The staffing of the educational program complies with the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 of 12/30/2015 "On the Approval of Licensing Conditions for Conducting Educational Activities of Educational Institutions" (as amended in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine KM No. 365 of 03/24/2021. Appendix 15-16). The implementation of the program is ensured by scientific and pedagogical workers with scientific degrees and scientific titles who meet at least 4 requirements of Clause 38 of the Licensing Requirements and have the necessary experience of scientific and pedagogical work, as well as highly qualified specialists who have the appropriate professional competence or experience practical, managerial, research work in the field of marketing. In order to improve their professional level, all scientific and pedagogical workers-students undergo an internship once every five years, including foreign
Material and technical support	The material and technical support of the educational program corresponds to the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 30.12.2015 No. 1187 "On approval of the Licensing conditions for conducting educational activities of educational institutions" (as amended in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 365 dated 24.03.2021 Appendix 17) and makes it possible to ensure the successful training of applicants of the second (master's) level of the OPP Marketing. Corresponds to the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 30, 2015 No. 1187 "On Approval of Licensing Conditions for Educational Activities of Educational Institutions" (as amended in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 365 dated March 24, 2021 Appendix 18) In the educational process, classrooms are used for lectures and practical classes, classrooms equipped with modern multimedia equipment, computer classes with the necessary software. Online training uses the Microsoft Teams corporate network, where all classes are held in real time with the presentation of educational materials and the involvement of various work methods

	The library accumulates scientific and educational literature and periodical special editions necessary for independent work of students. Collectors also have unlimited open access to the Internet. The available social and household infrastructure meets the licensing requirements and includes dormitories, a dining hall, an assembly hall, a sports complex, a stadium, a medical aid point, and a psychological service, which provides favorable conditions for the study of students.
Informational and educational and methodological support	Each discipline of the curriculum for students of higher education of this educational program is 100% provided with a complex of educational and methodological support for the disciplines of the curriculum and educational materials (textbooks, teaching aids, lecture notes, methodical instructions, reference books, standards according to the list of recommendations - given literature or their electronic versions in compliance with the requirements of the legislation on intellectual property). For some academic disciplines, materials have been developed only in electronic form. The presence of the official website of the department of marketing, which contains basic information about educational programs - https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/ Students of higher education are provided with free access to teaching-methodical materials and electronic information resources of the Educational and Vocational Program.
9 – Academic mobility	
National credit mobility	On the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and higher educational institutions of Ukraine
International credit mobility	Academic mobility on the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and the University of Miskolc (Hungary), University of Applied Sciences Zittau/Herlitz, Saxony (Germany), Kazakh-German University, Almaty (Kazakhstan), Bialystok Technical University University, Bialystok (Poland)
Education of foreign students of higher education	Training of applicants in accordance with the requirements of current legislation under the conditions of determining the previous level

**1. LIST OF EDUCATIONAL COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM
AND THEIR LOGICAL SEQUENCE**

<i>Code</i>	<i>Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, qualification work)</i>	<i>Number of credits</i>	<i>Final control form</i>
<i>Mandatory components of the Educational and Vocational Program</i>			
<i>General training</i>			
GT 1	Basics of the scientific research	5,0	Credit
GT 2	Data analysis tools	5,0	Credit
<i>Special (professional) training</i>			
ST1	Strategic marketing	5,0	Exam
ST2	Strategic marketing	5,0	Exam
ST3	Brand management	5,0	Exam
ST4	Management of innovative development	5,0	Exam
ST5	Project management in marketing	5,0	Exam
ST6	Communication and negotiations	4,0	Exam
ST7	Marketing effectiveness management	5,0	Exam
<i>Practical training</i>			
PT 1	Pre-diploma Practice	12,0	Credit
<i>Attestation</i>			
	Attestation	10,0	Defense of qualification (graduation) work
<i>The total volume of mandatory components</i>		66,0	
<i>Selective components of the Educational and Vocational Program</i>			
<i>Educational components of free choice of professional training according to the list</i>			
ECP	Disciplines	16,0	Credit
<i>Educational components of the selection from the general university catalog of general training according to the list</i>			
ECG	Disciplines	8,0	Credit
<i>TOTAL QUANTITY FOR THE PREPARATION PERIOD</i>		90.0	

**1. DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM
BY GROUPS OF COMPONENTS AND TRAINING CYCLES**

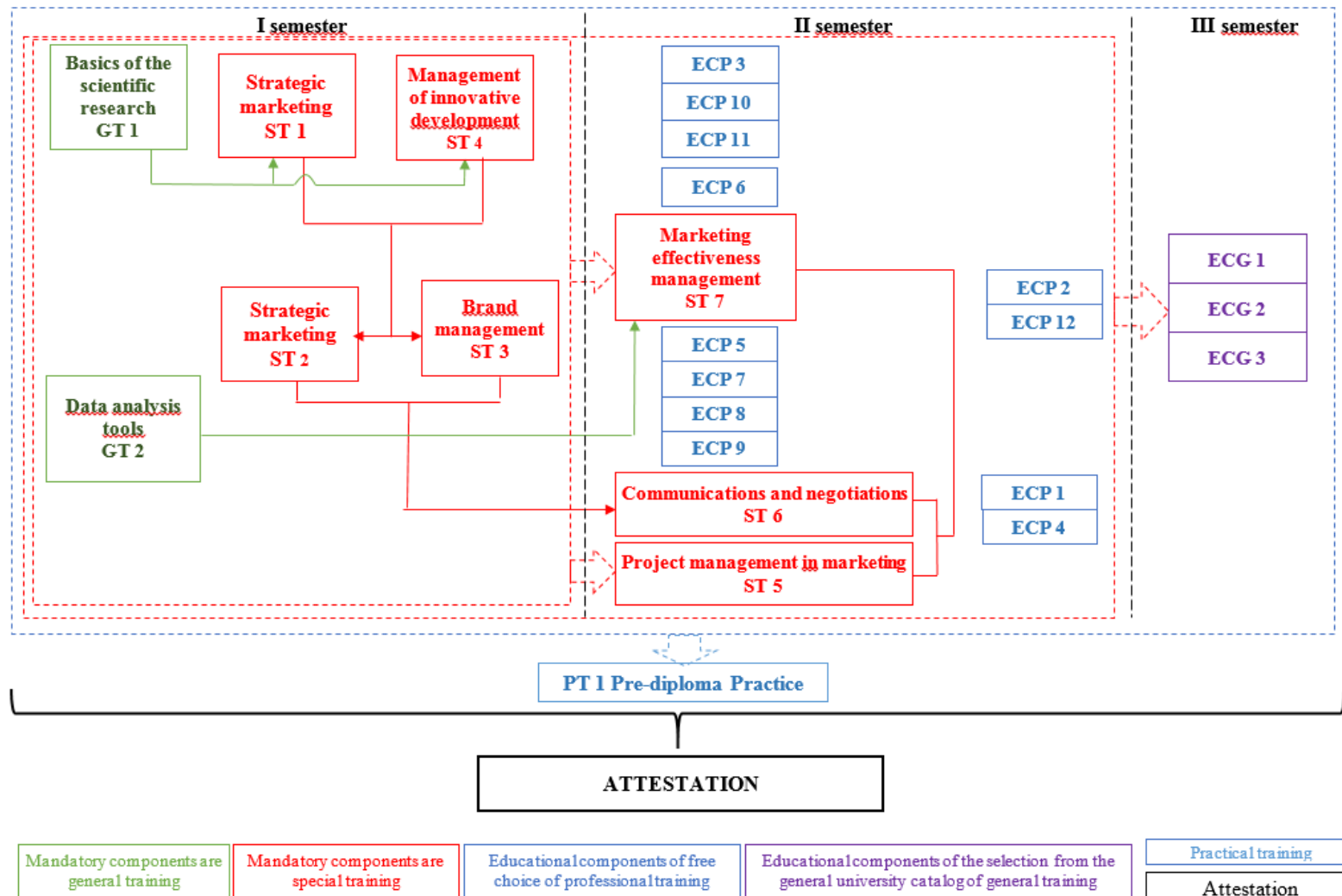
No	Training cycle	The volume of the educational load of the student of higher education (credits / %)			
		Mandatory components of the educational and professional program	Elective components of the educational and professional program		Total for the entire period of study
			professional training	general training	
1	2	3	4		5
1	Cycle of general training	10 / 11	- / -		10 / 11
2	Cycle of professional and practical training	46 / 51	16 / 18	8/9	70 / 78
3	Attestation	10 / 11	- / -	- / -	10 / 11
Total for the entire period of study		66 / 73	24 / 27		90 / 100

2. FORM OF CERTIFICATION OF HIGHER EDUCATION ACQUIRES

Attestation of graduates of the educational program of the specialty 075 "Marketing" is carried out in the form of a public defense of the qualification work and ends with the issuance of a document of the established model awarding him with a master's degree with the qualification: "Master of Marketing".

The qualification work is checked for academic plagiarism using software and technical means. Publication of qualification work in the repository of NTU "KhPI". The public defense of the qualification work takes place at an open meeting of the certification commission.

3. STRUCTURAL AND LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM



**4 CORRESPONDENCE MATRIX OF DETERMINED LEARNING OUTCOMES,
COMPETENCES AND EDUCATIONAL COMPONENTS
OF MANDATORY TRAINING**

Integral competence is ensured by certification

Learning outcomes	Competencies																
	General competences								Special (professional) competences								
	GC 1	GC 2	GC 3	GC 4	GC 5	GC 6	GC 7	GC 8	SC 1	SC 2	SC 3	SC 4	SC 5	SC 6	SC 7	SC 8	SC 9
R1	III1								ST4 ST5	III1							GT1 ST5
R2	ST1	GT1								ST2S T7							GT1
R3	GT1					GT1 ST7		ST5			GT1						
R4	ST1	ST3		ST1 ST4											ST1 ST3		
R5						3II1 ST5 III1				3II1 3II2	3II1 III1						
R6	ST5							ST5						ST4		ST7	
R7		ST3	ST2									ST4				ST2	
R8					ST2 ST6							ST6 ST2					
R9	GT1								ST2 ST5			ST2S T3 ST6		III1		ST2	
R10		ST6 III1					ST1							ST7	ST1	ST7	
R11						GT2 ST7 III1									ST1		
R12	GT1 ST1							ST5				ST6	III1		ST1	ST7	
R13	ST3		GT2 ST7										GT2	ST4			
R14				ST1	ST2		ST2									ST2	
R15						GT1 GT2				GT1 ST7	GT1		III1		III1		

The results of the discussion of the educational program

Stakeholders (name and position, place of work)	Recommendation	taken into account / partially taken into account / not taken into account	Note
Smolyar Yu.Yu. (director, TSB "SRB")	Add a discipline or topic for a more in- depth consideration of the processes of evaluation and analysis of marketing activity	taken into account	ST 7 "Marketing Performance Management" was added to the list of mandatory professional educational components
Семенютін А.О. (керівник РА «DigitalStars»)	Add to the list of mandatory disciplines one that will be taught in English	taken into account	The discipline "Communications and negotiations" will be taught in English (ST 6 "Communications and negotiations")
Шеїна О.С. (ФОП «Шеїна Олена Сергіївна»)	to expand the list of optional disciplines taking into account soft skills	taken into account	Added a separate selective block in the 3rd semester directly to improve soft skills
Возненко В.О. (здобувачка 2 рівня ВО за спеціальністю 075, група БЕМ- М923)	proposed to add "International marketing" to elective subjects, which will be taught in English and thereby take into account soft skills	taken into account	Added to the list

Director of the educational
and scientific institute

_____ Oleksandr MANOILENKO

Guarantor of the educational program

_____ Oleksandra KOSENKO