

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

**NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY
"KHARKIVPOLYTECHNIC INSTITUTE"**



I APPROVE

Rector of NTU "KhPI"

Evgen SOKOL

«_27_»_05_2023p.

EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL PROGRAM

"MARKETING"

Second level of higher education

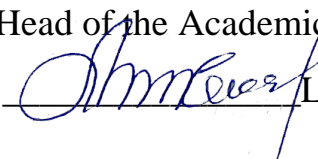
in specialty 075 "Marketing"

field 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 No. 4 dated May 25, 2023.

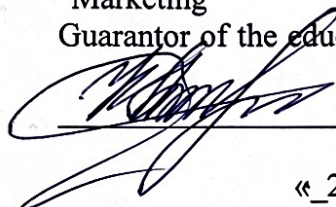
Kharkiv 2023

LETTER OF AGREEMENT
educational and professional program

Level of higher education	<u>Second (master's)</u>
Branch of knowledge	<u>07 "Management and administration"</u>
Specialty	<u>"075 "Marketing"</u>
Qualification	<u>Master of Marketing</u>

APPROVED

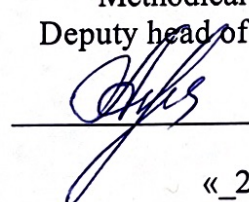
Working group of the OP on the specialty
"Marketing"
Guarantor of the educational program



Oleksandra KOSENKO
«_25_»__травня__2023 р.

RECOMMENDED

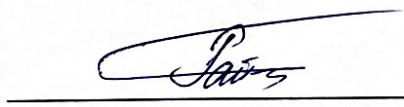
Methodical Council of NTU "KhPI"
Deputy head of methodical department



Ruslan MIGUSHENKO
«_25_»__травня__2023 р.

AGREED


Head of the Department of Marketing



Diana RAIKO
«_25_»__травня__2023 р.

AGREED

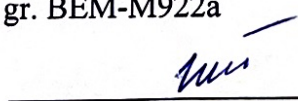
Director of educational and
scientific Institute of Economics and
Management and international business



Oleksandr MANOILENKO
«_25_»__травня__2023 р.

AGREED

Graduate of higher education
(member of the working group),
gr. BEM-M922a



Oleksiy Shein
«_25_»__травня__2023 р.

REVIEWERS:

Positive reviews of the educational program were received from:

1. Alyona TANASIYCHUK - doctor of economics, prof. Professor of the Department of Marketing and advertising of the Vinnytsia Trade and Economic Institute;
2. Olena SHEINA – natural person – entrepreneur;
3. Elizaveta SUSHKO. - obtaining the second level of higher education in a specialty "Marketing" company, gr. BEM-M922a.

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 науко-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 вибіркового 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 вибіркового 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 авіаційного університету 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 **Виницького**
торговельно-економічного інституту
д.е.н., проф.



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

Одним з головних пріоритетів освітньої політики в Україні має бути узгодження змісту та структури вищої освіти з потребами ринку праці. Реалізація підходу, орієнтованого на компетентності здобувачів вищої освіти, визначає необхідність розробки освітньо-професійних програм згідно встановлених стандартом вищої освіти загальних та спеціальних (фахових) компетенцій.

Зміст освітньої програми має чітку структуру. Освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну, взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

Програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами сукупністю маркетингових компетенцій; реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.

Вцілому освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за формою та змістом відповідає діючим вимогам МОНУ та забезпечує якість підготовки магістрів маркетингу

Рецензент:



Олена ШЕІНА

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму “Маркетинг”
підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 “Маркетинг”
у Національному технічному університеті
«Харківський політехнічний інститут»

Доцільність підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» визначається актуальними проблемами маркетингової діяльності підприємств в умовах турбулентного ринкового середовища, неналежного рівня сформованості інфраструктури ринку, активізації міжнародних інтеграційних процесів та посилення конкуренції.

Метою освітньо-професійної програми є формування висококваліфікованих професіоналів маркетингу, поглиблення професійних знань та навичок з управління стратегічною маркетинговою діяльністю, проведення наукових досліджень у сфері маркетингової діяльності, підготовка до здійснення керівних функцій у сфері маркетингу.

Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку професіоналів, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв’язання складних завдань маркетингової діяльності, що передбачають здійснення інновацій в умовах невизначеності умов зовнішнього середовища.

Не зважаючи на гарний та узгоджений між собою перелік дисциплін, що пропонуються для вивчення, варто рекомендувати розробникам програми надати можливість здобувачам вищої освіти вивчати питання, пов’язані з багатозадачністю, особливостями швидкого реагування на зміни задач. Тому, на наш погляд, до ОПП доцільно включити таку дисципліну як “Тайм-менеджмент”.

Загалом є підстави вважати, що освітньо-професійна програма Маркетинг другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» є актуальною, відповідає вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОНУ за спеціальністю 075 Маркетинг та забезпечує якісну підготовку майбутніх магістрів маркетингу.

Здобувач другого рівня освіти
групи БЕМ-М922а



Єлизавета СУШКО

PREFACE

Developed on the basis of the Standard of Higher Education in the specialty 075 "Marketing" for the second (master's) level (approved by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine 07/10/2019 No. 960) by the working group of specialty 075 "Marketing" of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" in the composition of:

The head of the working group (guarantor of the program) is Oleksandra KOSENKO, doctor of economic sciences, professor, professor of the marketing department of NTU "KhPI".

Members of the project team:

1. Diana RAYKO – doctor of economic sciences, professor, head of the department
ry of marketing.
2. Svitlana CHERNOBROVKINA - candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of marketing.
3. Olena KITCHENKO - candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department marketing

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 and 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 diploma, single, 90 ECTS credits, 1 year 4 months
Availability of accreditation	ND certificate No. 2192127, valid until July 1, 2025.
Program cycle / level	FQ-EHEA program – the second cycle, QF LLL – 7th level, NRK – 7th level
Prerequisites	Bachelor, specialist, master
Language(s) of instruction	Ukrainian, English
The term of validity of the educational program	According to the validity period of the accreditation certificate
Internet address of the permanent placement of the description of the educational program	http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/magistr/
2 – The purpose of the educational program	
The purpose of the educational program is to prepare masters of marketing who possess an innovative way of thinking and competencies necessary for effective management of marketing activities, and are able to solve managerial and research tasks	
3 – Characteristics of the educational program	
Subject area (field of knowledge, specialty)	Field of knowledge: 07 "Management and administration" Specialty: 075 "Marketing"
Orientation of the educational program	Educational and professional program with applied orientation. Professional emphasis: formation of the ability to carry out marketing, administrative, analytical, project and research activities using modern innovative approaches, technologies and methods of managing marketing activities at enterprises and organizations
The main focus of the educational program	General education in specialty 075 "Marketing". Keywords: marketing, advertising, marketing complex, marketing activity, advertising business, marketing management, marketing product policy, sales activity, merchandising, marketing solutions, marketing strategy, Internet marketing
Features of the program	The program is multidisciplinary and involves practical training for the formation of skills in the field of formation and management of marketing activities at modern enterprises and organizations. In the structure of the educational program, selective packages of disciplines of in-depth professional training are provided, which contribute to the assimilation of theoretical foundations and the formation of practical skills of students in

	various areas of marketing activity: advertising business, marketing management, as well as those that will increase the number of soft SCills
4 – Graduates' suitability for employment and further education	
Suitability for employment	Professional opportunities of graduates (in accordance with the Classification of Professions DK 003:2010). 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; 2419.1 Research staff (marketing, efficiency of public activity, rationalization of production, intellectual property); 2419.2 Expert, advertiser, consultant, specialist in methods expansion of the sales market (marketer).
Further education	It is possible to further continue education at the third level of higher education, as well as improve qualifications and obtain tax postgraduate education.
5 – Teaching and assessment	
Teaching and learning	Student-centered training, which is conducted in the form of lectures, seminars, practical classes, consultations, independent study, performance of coursework based on study textbooks, manuals, periodical scientific publications, use of the Internet
Assessment	Current and final control of knowledge (surveys, control and individual taSCs, testing, etc.), credits and exams (oral and written), presentations, qualification work, defense of the practice report, public defense of the qualification work.
6 – Program competencies	
Integral competence	The ability to solve complex taSCs and problems in the field of marketing in professional activity or in the learning process, which involves research and/or innovation and is characterized by 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 SCills. GC6. Ability to search, process and analyze information from different 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 from the latest theories, methods and practical marketing techniques. SC2. The ability to correctly interpret the results of the latter theoretical studies in the field of marketing and their practice application

	<p>SC3. Ability to conduct independent research and interpretation of their results in the field of marketing.</p> <p>SC4. The ability to apply a creative approach to work in the field hom.</p> <p>SC5. Ability to diagnose marketing activities market entity, implementation of marketing analysis and prognostication.</p> <p>SC6. Ability to choose and apply effective means management of marketing activities of a market entity on organization, unit, group, network levels.</p> <p>SC7. Ability to develop and analyze marketing the strategy of the market entity and ways of its implementation, taking into account cross-functional relationships.</p> <p>SC8. The ability to form a market marketing system subject and evaluate its effectiveness and efficiency functioning.</p> <p>SC9. The ability to carry out at an appropriate level theoretical and applied research in the field of marketing.</p>
7 – Program learning outcomes	
<p>Program results of study in the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)</p>	<p>R1. Know and be able to apply modern principles, theories, methods and practical techniques of marketing in practical activities.</p> <p>R2. To be able to adapt and apply new achievements in the theory and practice of marketing to achieve specific goals and solving the problems of a market entity.</p> <p>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</p> <p>R4. To be able to develop the strategy and tactics of marketing activity taking into account the cross-functional nature of its implementation.</p> <p>R5. To present and discuss the results of scientific and applied research, marketing projects by the state and in foreign languages.</p> <p>R6. To be able to increase the effectiveness of marketing activities of a market entity at different levels of management, to develop projects in the field of marketing and manage them.</p> <p>R7. Be able to form and improve the marketing system market entity.</p> <p>R8. Use methods of interpersonal communication in in the course of solving collective problems, conducting negotiations, scientific discussions in the field of marketing.</p> <p>R9. To understand the essence and features of the use of marketing tools in the process of adopting marketing plans when</p> <p>R10. To justify marketing decisions at the level of a market entity using modern management principles, approaches, methods, techniques.</p> <p>R11. Use marketing strategic methods analysis and interpret its results in order to improve the marketing activity of the market entity</p> <p>R12. Carry out diagnostics and strategic and operational marketing management for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs.</p> <p>R13. Manage the marketing activities of the market entity, as well as its units, groups and networks, determine the criteria and indicators of its evaluation.</p>

	<p>R14. Form a marketing system of interaction, build long-term mutually beneficial relations with other entities market.</p> <p>R15. Collect the necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software</p>
8 – Resource support for program implementation	
Staff support	Meets the personnel requirements for the provision of educational activities in the field of higher education in accordance with the current by the legislation of Ukraine (Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of licensing conditions for conducting educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015 No. 1187 (with changes introduced in accordance with Resolution of the Central Committee No. 347 of 10.05.2018)
Material and technical support	Meets the technological requirements for the material and technical support of educational activities in the field of higher education of education in accordance with the current legislation of Ukraine (Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of Licensing of the conditions of conducting educational activities of educational institutions" from 30 of December 2015, No. 1187 (with changes introduced in accordance with the new Decree of the CM No. 347 dated 10.05.2018)
Informational and educational and methodological support	Meets the technological requirements for educational methodical and information provision of educational activities in the field of higher education in accordance with current legislation of Ukraine (Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Licensing conditions for conducting educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 (as amended, entered in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 347 dated 05/10/2018)
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 based on bilateral agreements between Kharkiv Aviation Institute National Technical University and MiSColc University (Hungary), Szczecin University (Poland), Otto von University
Education of foreign students of higher education	It is possible after studying the course of the Ukrainian language or English

2. LIST OF EDUCATIONAL PROGRAM COMPONENTS

Code	Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, qualification work)	Number of credits	Final control form
MANDATORY COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL AND VOCATIONAL PROGRAM			
1.1 General training			
3II 1	Basics of the scientific research	4,0	Credit
3II 2	Data analysis tools	5,0	Credit
1.2 Special (professional) training			
CII1	Strategic marketing	5,0	Exam
CII2	Relationship marketing	5,0	Exam
CII3	Brand management	4,0	Exam
CII4	Communication and negotiations	3,0	Credit
CII5	Management of innovative development	4,0	Exam
CII6	Project management in marketing	5,0	Exam
CII 7	Pre-diploma Practice	15,0	Credit
CII 8	Attestation	15,0	Exam
ELECTIVE COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM			
1.1 Disciplines of professional training by blocks			
BII	Disciplines	15,0	Credit
2.2 Disciplines of free choice according to the list			
BBII	Disciplines	10,0	Credit
TOTAL QUANTITY FOR THE PREPARATION PERIOD		90.0	

3. DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM BY GROUPS OF COMPONENTS AND CYCLES OF PREPARATION

№	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
1	2	3	4	5
1	Cycle of general training	9 / 14	- / -	9 / 10
2	Cycle of professional and practical training	56 / 86	25 / 100	81 / 90
Total for the entire period of study		65 / 72	25 / 28	90 / 100

FORM OF CERTIFICATION OF HIGHER EDUCATION ACQUIRES

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

Attestation is carried out openly and publicly.

3. STRUCTURAL AND LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM

1 semester	2 semester	3 semester
GT 1 Basics of the scientific research (4 cr)	ST 6 Project management in marketing (5 cr)	Pre-diploma ← Practice (15 cr)
GT 2 Data analysis tools (5 cr)	OP 1 (5 cr)	Attestation (15 cr)
ST 1 Strategic marketing (5 cr)	OP 2 (5 cr)	
ST 2 Relationship marketing (5 cr)	OP 3 (5 cr)	
ST 3 Brand management (4 cr)	OPT 1 (5 cr)	
ST 4 Communications and negotiations (3 cr)	OPT 2 (5 crp)	
ST 5 Management of innovative development (4 cr)		

Notes:

Compulsory subjects of general education	Mandatory disciplines of professional training	Elective disciplines from the profiled package	Disciplines of free choice of a student of specialized training according to the list	Certification and practical training
-------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------

3. MATRIX OF CORRESPONDENCE OF DETERMINED LEARNING OUTCOMES, COMPETENCES AND EDUCATIONAL COMPONENTS OF MANDATORY TRAINING

Learning outcomes	Competences																	
	General competences								Special (professional) competences									
	3K 1	3K 2	3K 3	3K 4	3K 5	3K 6	3K 7	3K 8	CK 1	CK 2	CK 3	CK 4	CK 5	CK 6	CK 7	CK 8	CK 9	
P1									СП5	ЗП1 СП8								ЗП1 СП5
P2									ЗП2	СП8								ЗП2
P3	СП8					ЗП1					ЗП1 СП8							
P4	СП1	СП5		СП5											СП5	СП1		
P5						ЗП1 СП4 СП8					ЗП1 СП4	ЗП1 СП3						
P6								СП6							СП6		СП6	
P7		СП2	СП2														СП2	
P8		СП3 СП4			СП3 СП4							СП3 СП4						
P9	СП3								СП2			СП3		СП3		СП2		
P10	СП3	СП2 СП3					СП1							СП3	СП8	СП2		
P11						ЗП2 СП1							СП1		СП1			
P12	СП1							СП6					СП1 СП6		СП1	СП6		
P13			СП5											СП5				
P14				СП1 СП2			СП2									СП2		
P15						ЗП1 ЗП2				ЗП1 СП8	ЗП1 ЗП2							