

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО



Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від 28 03 2024 № 10

Голова Вченої ради

Підпис

Микола СКИБА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

МАРКЕТИНГ

Назва освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

Шифр і назва

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 «МАРКЕТИНГ»



Код і найменування


ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ

МАГІСТР МАРКЕТИНГУ

Назва

ЗАТВЕРДЖЕНО Вченою радою ХНУ (Перша редакція) протокол від 27 травня 2016 № 11	Освітня програма зі змінами вводиться у дію
ЗМІНИ ВНЕСЕНО: Рішення Вченої ради ХНУ протокол від <u>29 серпня 2019 р. № 1</u> протокол від <u>26 серпня 2020 р. № 1</u> протокол від <u>30 серпня 2021 р. № 1</u> протокол від <u>28 квітня 2022 р. № 16</u> протокол від <u>30 березня 2023 р. № 11</u>	з <u>01 вересня 2024 р.</u> Наказ від <u>01. 07. 2024 р. № 48</u> Ректор <u>Сергій МАТЮХ</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ВНЕСЕНОКафедра маркетингуПротокол від 07 березня 2024 р. № 9Зав. кафедри  Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ**ПРОЄКТНА ГРУПА****Гарант (Керівник проєктної групи)** Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання**Члени проєктної групи:** Анатолій ТЕЛЬНОВ, д-р. екон. наук, проф.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання Віталій КАРПЕНКО, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання Світлана РЕШІМІДЛОВА, канд. екон. наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання**ПОГОДЖЕНО:**

<p>Вчена рада факультету економіки і управління</p> <p>Протокол від <u>26 березня 2024 р. №18/24</u></p> <p>Голова вченої ради  <u>Віталій КАРПЕНКО</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p>	<p>Навчально-методичний відділ</p> <p>Завідувач  <u>Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p>Навчальний відділ</p> <p>Завідувач  <u>Олег САМОЛЮК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p>Відділ забезпечення якості вищої освіти</p> <p>Завідувач  <u>Ганна КРАСИЛЬНИКОВА</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p>
---	---

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Президент Хмельницької торгово-промислової палати
(назва підприємства, установи, організації)



Наталія БЄЛЯКОВА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Директор ТОВ «ФУДЗТРЕЙД ЮА»
(назва підприємства, установи, організації)



Юрій КРАВЧУК
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Генеральний директор ТОВ «ЛІТМА»
(назва підприємства, установи, організації)



Василь МИХАЛЬСЬКИЙ
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Директор ТОВ «Автоцентр Статус Авто»
(назва підприємства, установи, організації)



Елена СТАНІСЛАВОВА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Голова студентської ради факультету економіки і управління


Підпис

Юлія ОЛЕКСЮК
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Профіль освітньої програми зі спеціальності

075 «Маркетинг»

Код і найменування спеціальності

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький національний університет Факультет економіки і управління Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти	Магістр
Назва освітньої кваліфікації	Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплому – одиничний Обсяг освітньої програми 90 кредитів ЄКТС Термін навчання – 1 рік і 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, Україна, 2023, термін дії сертифікату (№6464, 14.12.2023) – до 1 липня 2029 року
Цикл/Рівень програми	Національна рамка кваліфікацій – 7 рівень Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти FQ-EHEA – другий цикл Європейська рамка кваліфікацій навчання впродовж життя EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста). Решта вимог визначаються правилами прийому ХНУ на освітньо-професійну програму магістра
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	До наступного перегляду
Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми	https://khmnu.edu.ua/075-mr-m-op/
2. Мета освітньої програми	
Формування особистості фахівця, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями, інноваційним, креативним мисленням та здатен розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу у процесі навчання та/або в професійній діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійнокатегорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних

	<p>сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, 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>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми	<p>Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг», що передбачає формування фахових компетентностей та враховує специфіку роботи підприємств в сучасних умовах господарювання.</p> <p>Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, інновації, стратегія, управління, Digital-маркетинг</p>
Особливості програми	<p>Зміст освітньої програми ґрунтується на засадах професійної релевантності та базується на інтеграції теоретичного і практичного навчання в освітньому процесі із залученням спеціалістів-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів.</p> <p>Зміст ОП спрямовано на вивчення сучасних інструментів маркетингу (в т.ч. цифрового), враховує тенденції розвитку маркетингової діяльності, що передбачає перелік дисциплін поглибленої профільної підготовки, які сприяють засвоєнню теоретичних засад та формуванню практичних навичок здобувачів у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>Особливість освітньої програми полягає в підготовці фахівців, які вміють креативно мислити, застосовувати інноваційні підходи та цифрові технології в практичній маркетинговій діяльності</p>
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускник освітнього рівня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу за Національним класифікатором професій ДК 003: 2010:</p> <p>1233 Директор з маркетингу; директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу;</p> <p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю);</p> <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу;</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки;</p> <p>1475.4 Менеджер (управитель) із збуту, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю;</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність);</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p>
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти

5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Лекції. Практикуми та практичні заняття в групі. Заняття з розв'язання проблем. Практика. Онлайн/електронне навчання. Самостійна робота.</p> <p>За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі тощо).</p> <p>За організаційними формами: колективного та інтегративного навчання (кейсів, рольових (ділових) ігор, дебатів, вирішення ситуаційних завдань тощо).</p> <p>За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці</p>
Оцінювання	<p>Види контролю: поточний і підсумковий (семестровий, підсумкова атестація).</p> <p>Форми і методи поточного оцінювання: оцінювання практичних робіт, оцінювання письмових робіт, оцінювання індивідуальних завдань, тестування, оцінювання результатів проходження практики, захист курсової роботи.</p> <p>Форми семестрового контролю (залік, диференційований залік, іспит).</p> <p>Підсумкова атестація – публічний захист кваліфікаційної роботи.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень під час поточного контролю здійснюється за інституційною чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p> <p>Для оцінювання результатів семестрового контролю використовується інституційна чотирибальна і вербальна («зараховано», «незараховано») шкала.</p> <p>Публічний захист кваліфікаційної роботи оцінюється за чотирибальною шкалою та шкалою оцінювання ЄКТС.</p>
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними</p>
Фахові компетентності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p>

	<p>ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>Визначені освітньою програмою</p> <p>ФК10. Здатність застосовувати цифрові маркетингові інструменти для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям</p>
--	---

7. Програмні результати навчання (ПРН)

<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>Визначені освітньою програмою</p> <p>ПРН16. Комплексно застосовувати цифрові маркетингові інструменти для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям, адаптувати до змінних умов та</p>
--

оцінювати їх ефективність в процесі реалізації маркетингової стратегії	
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітній процес за освітньо-професійною програмою, відповідно до профілю і напряму дисциплін, що викладають, мають необхідний стаж педагогічної роботи, рівень їх наукової та професійної активності засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Наявність: <ul style="list-style-type: none"> – електронної бібліотеки університету; – українських та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю у бібліотеці (у тому числі в електронному вигляді); – офіційного веб-сайту ХНУ, на якому розміщена основна інформація про організацію навчального процесу; – модульного середовища для навчання; – освітньої програми, навчального плану, робочих програм з усіх навчальних дисциплін навчального плану; – програм з усіх видів практичної підготовки та підсумкової атестації; – методичних вказівок до виконання лабораторних та практичних робіт, курсового та дипломного проектування
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та закладами вищої освіти України: Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»; Дніпровський державний аграрно-економічний університет; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця; Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова; Рівненський державний гуманітарний університет; Черкаський державний технологічний університет; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; Луцький національний технічний університет; Полтавський університет економіки і торгівлі; Полтавський державний аграрний університет. Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється
Міжнародна кредитна мобільність	Можливість участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном на основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та іноземними закладами вищої освіти: Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości w Walbrzychu; ACADEMI OF SILESIA, Katowice, Poland; AKG Global Support Services (OPS) Private Limited, India; Wyższa Szkoła Handlu i Ustug w Poznaniu, Poland.

	Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе навчання англійською та українською мовами

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми

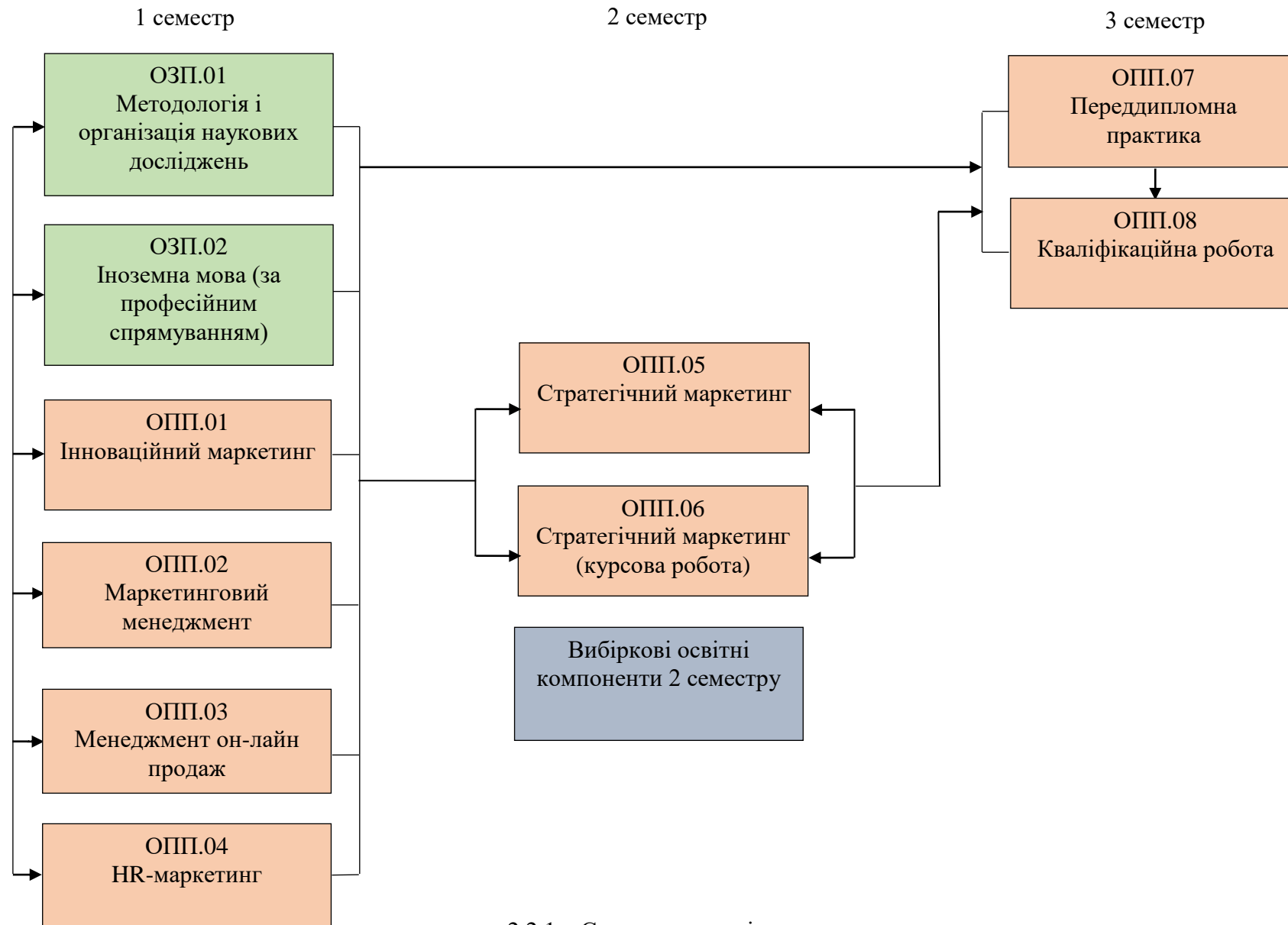
Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Методологія і організація наукових досліджень	5	залік	1
ОЗП.02	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	5	залік	1
Професійна підготовка (ОПП)				
ОПП.01	Інноваційний маркетинг	5	іспит	1
ОПП.02	Маркетинговий менеджмент	5	іспит	1
ОПП.03	Менеджмент он-лайн продаж	5	іспит	1
ОПП.04	HR-маркетинг	5	іспит	1
ОПП.05	Стратегічний маркетинг	5	іспит	2
ОПП.06	Стратегічний маркетинг (курсова робота)	1	КР	2
ОПП.07	Переддипломна практика	12	залік	3
ОПП.08	Кваліфікаційна робота	18	публічний захист	3
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
	Вибіркові дисципліни 2 семестру*	24	залік**	2
Загальний обсяг вибіркового компонент		24		
Загальний обсяг освітньої програми		90		

* перелік освітніх компонентів формується Здобувачами вищої освіти з університетського каталогу дисциплін вільного вибору, що розміщений в Інформаційній системі Університету.

** кількість заліків залежить від вибору здобувачами вищої освіти дисциплін вільного вибору.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Структурно-логічна схема підготовки визначає процес реалізації ОП, тобто короткий опис логічної послідовності вивчення компонент ОП. Структурно-логічну схему представлено у вигляді графа 2.2.1 та таблиці 2.2.1.



2.2.1 – Структурно-логічна схема

Таблиця 2.2.1 – Структурно-логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізити, кореквізити)

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Методологія і організація наукових досліджень	1	–	ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОЗП.02	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	1	–	ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
Професійна підготовка (ОПП)				
ОПП.01	Інноваційний маркетинг	1	–	ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОПП.02	Маркетинговий менеджмент	1	–	ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОПП.03	Менеджмент он-лайн продаж	1	–	ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОПП.04	HR-маркетинг	1	–	ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОПП.05	Стратегічний маркетинг	2	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОПП.01 Інноваційний маркетинг ОПП.02 Маркетинговий менеджмент ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж ОПП.04 HR-маркетинг	ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота

Кінець таблиці 2.2.1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОПП.06	Стратегічний маркетинг (курсова робота)	2	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОПП.01 Інноваційний маркетинг ОПП.02 Маркетинговий менеджмент ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж ОПП.04 HR-маркетинг	ОПП.07 Переддипломна практика ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОПП.07	Переддипломна практика	3	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОПП.01 Інноваційний маркетинг ОПП.02 Маркетинговий менеджмент ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж ОПП.04 HR-маркетинг ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота)	ОПП.08 Кваліфікаційна робота
ОПП.08	Кваліфікаційна робота	3	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОПП.01 Інноваційний маркетинг ОПП.02 Маркетинговий менеджмент ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж ОПП.04 HR-маркетинг ОПП.05 Стратегічний маркетинг ОПП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОПП.07 Переддипломна практика	—

III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті кафедри маркетингу або /та розміщена в репозитарії Хмельницького національного університету.

IV. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) в Університеті відповідає вимогам Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 чинного Закону України «Про вищу освіту» (зі змінами).

Система внутрішнього забезпечення якості функціонує в Університеті на п'яти організаційних рівнях відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у ХНУ, що розміщене на веб-сайті університету (<https://khmnu.edu.ua/>): розділ «Нормативні документи», рубрика – «Положення», сторінка – «Положення про організацію освітньої діяльності»).

Система внутрішнього забезпечення якості передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науковопедагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

V. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

Компетентності	ОЗП.01	ОЗП.02	ОПП.01	ОПП.02	ОПП.03	ОПП.04	ОПП.05	ОПП.06	ОПП.07	ОПП.08
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1			+	+	+					+
ЗК2			+			+			+	+
ЗК3				+			+	+	+	+
ЗК4			+				+	+	+	+
ЗК5		+				+			+	+
ЗК6	+	+		+			+	+	+	+
ЗК7			+		+					+
ЗК8					+		+	+		+
ФК1			+		+					+
ФК2				+	+		+	+		+
ФК3	+						+	+	+	+
ФК4			+		+	+	+	+		+
ФК5					+		+	+	+	+
ФК6				+		+				+
ФК7							+	+	+	+
ФК8				+	+					+
ФК9	+		+				+	+	+	+
ФК10			+		+		+	+	+	+

VI. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОЗП.01	ОЗП.02	ОПП.01	ОПП.02	ОПП.03	ОПП.04	ОПП.05	ОПП.06	ОПП.07	ОПП.08
ПРН1	+		+	+	+					+
ПРН2			+		+	+	+	+		+
ПРН3	+		+				+	+	+	+
ПРН4	+					+	+	+		+
ПРН5	+	+	+		+	+	+	+		+
ПРН6				+		+				+
ПРН7			+	+			+	+		+
ПРН8		+				+			+	+
ПРН9			+	+		+	+	+		+
ПРН10			+	+	+					+
ПРН11							+	+	+	+
ПРН12				+		+			+	+
ПРН13				+		+				+
ПРН14			+				+	+		+
ПРН15	+	+		+	+		+	+	+	+
ПРН16			+		+		+	+	+	+

Використані джерела

1. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
2. Закон «Про вищу освіту» (зі змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
3. Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». Документ № 1187-2015-п. Редакція від 20.06.2021р. Підстава – 365-2021-п. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
5. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 10.07.2019 №960. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 30.04.2020 № 584).
7. Методичні рекомендації до розроблення освітніх програм підготовки фахівців різних рівнів вищої освіти у Хмельницькому національному університеті (схвалені Науково-методичною радою університету, протокол від 22.02.2024 № 5).
8. Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм».
9. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».