

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вчена рада Хмельницького  
національного університету  
протокол від \_\_\_\_\_ 2025 № \_\_\_\_\_

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_ **Микола СКИБА**  
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

Вид освітньої програми

**МАРКЕТИНГ**

Назва освітньої програми

<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<u>другий (магістерський)</u>
<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	<u>D Бізнес, адміністрування та право</u> Шифр і найменування
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	<u>D5 Маркетинг</u> Код і найменування
<b>ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	<u>Магістр маркетингу</u> Назва

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою ХНУ (Перша редакція)  
протокол від 27 травня 2016 № 11

**ЗМІНИ ВНЕСЕНО:**

Рішення Вченої ради ХНУ  
протокол від 29 серпня 2019 р. № 1  
протокол від 26 серпня 2020 р. № 1  
протокол від 30 серпня 2021 р. № 1  
протокол від 28 квітня 2022 р. № 16  
протокол від 30 березня 2023 р. № 11  
протокол від 28 березня 2024 р. № 10

**Освітня програма зі змінами  
вводиться у дію**

з 01 вересня 2025 р.

Наказ від \_\_\_\_\_ 2025 р. № \_\_\_\_\_

Ректор \_\_\_\_\_ **Сергій МАТЮХ**  
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

**ВНЕСЕНО**Кафедра маркетингу

Протокол від \_\_\_\_\_ 2025 р. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА  
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ**РОБОЧА ГРУПА****Гарант (Керівник проєктної групи)**\_\_\_\_\_  
Підпис Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА, канд. екон. наук, доц.  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання  
zakryzhevskai@khnmu.edu.ua  
E-mail гаранта**Члени проєктної групи:**\_\_\_\_\_  
Підпис Анатолій ТЕЛЬНОВ, д-р. екон. наук, проф.  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання\_\_\_\_\_  
Підпис Віталій КАРПЕНКО, канд. екон. наук, доц.  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання\_\_\_\_\_  
Підпис Світлана РЕШМІДІЛОВА, канд. екон. наук, доц.  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання**ПОГОДЖЕНО:**

<p><b>Вчена рада факультету економіки і управління</b></p> <p>Протокол від _____ 2025 р. № _____</p> <p>Голова вченої ради _____ <u>Віталій КАРПЕНКО</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p>	<p><b>Навчально-методичний відділ</b></p> <p>Завідувач _____ <u>Ірина АНДРОЩУК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p><b>Відділ ліцензування, акредитації, моніторингу освітнього процесу та видачі документів про вищу освіту</b></p> <p>Завідувач _____ <u>Ігор АНДРОЩУК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p><b>Відділ забезпечення якості вищої освіти</b></p> <p>Завідувач _____ <u>Ганна КРАСИЛЬНИКОВА</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p>
--	--

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Представник \_\_\_\_\_  
Назва підприємства (організації, установи)  
\_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Представник \_\_\_\_\_  
Назва підприємства (організації, установи)  
\_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Представник \_\_\_\_\_  
Назва підприємства (організації, установи)  
\_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Представник \_\_\_\_\_  
Назва підприємства (організації, установи)  
\_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Голова студентської ради факультету економіки і управління  
Назва  
\_\_\_\_\_ Підпис Марія СУРНИК  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

**Опис освітньої програми Маркетинг**  
 Назва освітньої програми

**зі спеціальності D5 Маркетинг**  
 Код і найменування спеціальності

<b>1 Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Хмельницький національний університет Факультет економіки і управління Кафедра маркетингу
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Магістр
<b>Форми здобуття освіти</b>	Очна (денна); заочна
<b>Освітня кваліфікація</b>	Магістр маркетингу
<b>Професійна кваліфікація</b>	Не присвоюється
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – магістр Галузь знань – Бізнес, адміністрування та право Спеціальність – Маркетинг
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
<b>Тип диплома та обсяг освітньої програми</b>	Тип диплому – одиничний Обсяг освітньо-професійної програми – 90 кредитів ЄКТС Термін навчання – 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитаційна комісія України, Україна, 2023, термін дії сертифікату (№6464, 14.12.2023) – до 1 липня 2029 року
<b>Цикл/рівень рамки кваліфікацій</b>	Національна рамка кваліфікацій – 7 рівень Рамка кваліфікації Європейського простору вищої освіти FQ-EHEA – другий цикл Європейська рамка кваліфікації навчання впродовж життя EQF LLL – 7 рівень
<b>Гарант освітньої програми (контактна інформація)</b>	Закрижевська Ірина Василівна, кандидат економічних наук, доцент. e-mail: <a href="mailto:zakryzhevskai@khnmu.edu.ua">zakryzhevskai@khnmu.edu.ua</a> тел. +38 (097) 973 13 25
<b>Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою</b>	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста). Решта вимог визначаються правилами прийому ХНУ на ОПП
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська, англійська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До наступного оновлення, відповідно до Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ
<b>Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми</b>	<a href="https://khnmu.edu.ua/op/">https://khnmu.edu.ua/op/</a>

<b>2 Мета освітньої програми</b>	
<p>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</p>	
<b>3 Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Опис предметної області</b>	<p><b>Галузь знань:</b> D Бізнес, адміністрування та право.  <b>Спеціальність:</b> D5 Маркетинг.  <b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.  <b>Цілі навчання:</b> 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.  <b>Теоретичний зміст</b> 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 сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.  <b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.  <b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	<p>Освітньо-професійна програма орієнтується на формування фахових компетентностей та практичних навичок, необхідних для ефективного ведення маркетингової діяльності в умовах динамічного ринку та постійних змін у бізнес-середовищі</p>
<b>Особливості програми</b>	<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.  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.  Особливість освітньої програми полягає в підготовці фахівців, які вміють креативно мислити, застосовувати інноваційні підходи та цифрові технології в практичній маркетинговій діяльності</p>
<b>4 Можливості працевлаштування та подальшого навчання випускників</b>	
<b>Можливості працевлаштування</b>	<p>Випускник освітнього рівня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу за Національним класифікатором професій ДК 003: 2010:  1233 Директор з маркетингу; директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу;</p>

	<p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю);  1475 Менеджер (управитель) з маркетингу;  1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки;  1475.4 Менеджер (управитель) із збуту, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю;  1476.1 Менеджер (управитель) з реклами;  2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність);  2419.2 Консультант з маркетингу, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p>
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
<b>5 Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<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, проектні, 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>
<b>Оцінювання</b>	<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>
<b>6 Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	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
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 01. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 02. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 03. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 04. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 05. Навички міжособистісної взаємодії.</p>

	<p>ЗК 06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 07. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК 08. Здатність розробляти проекти та управляти ними</p>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК)</b>	<p>ФК 01. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК 02. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК 03. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 04. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК 05. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК 06. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК 07. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК 08. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК 09. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу</p>
<b>Унікальні компетентності, визначені освітньою програмою (УК)</b>	<p>УК 01. Здатність застосовувати цифрові маркетингові інструменти для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям</p>

### **7 Програмні результати навчання (ПРН)**

- ПРН 01. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН 02. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН 03. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН 04. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПРН 05. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.
- ПРН 06. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН 07. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН 08. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПРН 09. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля

<p>розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p><b>Визначені освітньою програмою</b></p> <p>ПРН 16. Комплексно застосовувати цифрові маркетингові інструменти для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям, адаптувати до змінних умов та оцінювати їх ефективність в процесі реалізації маркетингової стратегії</p>	
<b>8 Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Кадрове забезпечення реалізації освітньої програми відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365)
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення підготовки здобувачів вищої освіти відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365)
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p><b>Інформаційне забезпечення становить:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– наявність вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань відповідного або спорідненого спеціальності профілю;</li> <li>– доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю;</li> <li>– офіційний веб-сайт університету, на якому розміщена основна інформація про ліцензії та сертифікати про акредитацію освітньої програми, діяльність, зразки документів про освіту, умови для доступності осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення до приміщень, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація;</li> <li>– модульне середовище для навчання;</li> <li>– електронна бібліотека університету</li> </ul> <p><b>Навчально-методичне забезпечення становить:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– затверджена в установленому порядку освітньо-професійна програма, навчальні плани, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти;</li> <li>– робочі програми з усіх навчальних дисциплін, що містять: програму навчальної дисципліни, заплановані результати навчання, порядок оцінювання результатів навчання, рекомендовану літературу (основну, додаткову), інформаційні ресурси в Інтернеті;</li> <li>– програма переддипломної практики;</li> <li>– методичні вказівки до виконання практичних робіт;</li> <li>– методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи</li> </ul>
<b>9 Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>На основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та закладами вищої освіти України:</p> <p>Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»;</p> <p>Дніпровський державний аграрно-економічний університет;</p> <p>Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця;</p>

	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
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	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 Usług w Poznaniu, Poland. Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе навчання англійською та українською мовами

## II Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### 2.1 Перелік компонент освітньої програми

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

\* перелік освітніх компонент 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 Логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми

Таблиця структурно-логічних зв'язків компонентів освітньої програми

Код КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Семестр*	Пререквізити	Кореквізити
ОЗП.01	Методологія і організація наукових досліджень	1	–	ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курслова робота) ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОЗП.02	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	1	–	ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курслова робота) ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОФП.01	Інноваційний маркетинг	1	–	ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курслова робота) ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОФП.02	Маркетинговий менеджмент	1	–	ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курслова робота) ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОФП.03	Менеджмент он-лайн продаж	1	–	ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курслова робота) ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота

Код КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Семестр*	Пререквізити	Кореквізити
ОФП.04	HR-маркетинг	1	–	ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОФП.05	Стратегічний маркетинг	2	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОФП.01 Інноваційний маркетинг ОФП.02 Маркетинговий менеджмент ОФП.03 Менеджмент онлайн продаж ОФП.04 HR-маркетинг	ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОФП.06	Стратегічний маркетинг (курсова робота)	2	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОФП.01 Інноваційний маркетинг ОФП.02 Маркетинговий менеджмент ОФП.03 Менеджмент онлайн продаж ОФП.04 HR-маркетинг	ОФП.07 Переддипломна практика ОФП.08 Кваліфікаційна робота

Код КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Семестр*	Пререквізити	Кореквізити
ОФП.07	Переддипломна практика	3	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОФП.01 Інноваційний маркетинг ОФП.02 Маркетинговий менеджмент ОФП.03 Менеджмент он-лайн продаж ОФП.04 HR-маркетинг ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота)	ОФП.08 Кваліфікаційна робота
ОФП.08	Кваліфікаційна робота	3	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ОФП.01 Інноваційний маркетинг ОФП.02 Маркетинговий менеджмент ОФП.03 Менеджмент он-лайн продаж ОФП.04 HR-маркетинг ОФП.05 Стратегічний маркетинг ОФП.06 Стратегічний маркетинг (курсова робота) ОФП.07 Переддипломна практика	—

**Примітка:** \* Перелік компонентів освітньої програми подається у логічній послідовності їх вивчення у семестрах.

### III Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	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 Хмельницькому національному університеті (вебсайт 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 науково-педагогічних 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	ОФП.01	ОФП.02	ОФП.03	ОФП.04	ОФП.05	ОФП.06	ОФП.07	ОФП.08
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 01			+	+	+					+
ЗК 02			+			+			+	+
ЗК 03				+			+	+	+	+
ЗК 04			+				+	+	+	+
ЗК 05		+				+			+	+
ЗК 06	+	+		+			+	+	+	+
ЗК 07			+		+					+
ЗК 08					+					+
ФК 01			+							+
ФК 02				+						+
ФК 03	+						+	+	+	+
ФК 04			+		+	+	+	+		+
ФК 05					+		+	+	+	+
ФК 06				+		+				+
ФК 07							+	+	+	+
ФК 08					+					+
ФК 09	+		+				+	+	+	+
УК 01			+		+		+	+	+	+

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

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

## VII Процедура присвоєння професійної кваліфікації

Не присвоюється.

### Використані джерела

1 Закон України «Про освіту» (зі змінами) [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

2 Закон «Про вищу освіту» (у редакції від 16.08.2024 р.) [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

3 Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>

4. 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>.

5 Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2016 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 03.04.2024 № 441).

6 Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм».

7 Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).

8 Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».

9 Методичні рекомендації зі складання Концепції освітньої діяльності на заявленому рівні вищої освіти або за освітньою програмою ХНУ. [Електронний ресурс]. – URL: <https://msn.khmn.edu.ua/course/index.php?categoryid=98>.