

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від 29.08.2019 № 1
Голова Вченої ради



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

МАРКЕТИНГ

Назва освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Другий (магістерський)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

Маркетинг (075)
Назва і шифр спеціальності

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

Управління та адміністрування (07)
Назва і шифр галузі знань

ВНЕСЕНО

Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва

Протокол від 28.08 2019 р. № 1

Зав. кафедри [Signature] С. В. Ковальчук
Підпис Ініціали, прізвище

ПОГОДЖЕНО

Вчена рада факультету економіки і управління

Протокол від 28.08 2019 р. № 1

Голова вченої ради [Signature] М. І. Бондаренко
Підпис Ініціали, прізвище

Навчально-методичний відділ

Завідувач [Signature] Л. С. Любохинець
Підпис Ініціали, прізвище

ПРОЕКТНА ГРУПА

Керівник проектної групи

[Signature] С.В. Ковальчук, доктор екон. наук, проф.
Підпис

Члени проектної групи:

[Signature] О.О. Орлов, доктор екон. наук, проф.
Підпис

[Signature] Є.М. Забурмеха, кандидат екон. наук, доц.
Підпис

[Signature] В.М. Нянько, кандидат екон. наук, доц.
Підпис

Освітня програма вводиться у дію
з 01.09 2019 р.

Наказ від 29.08 2019 № 128

Ректор [Signature]
Підпис Ініціали, прізвище

| 1. Загальна інформація | |
|--|--|
| ОБОВ'ЯЗКОВИЙ БЛОК | |
| Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу | Хмельницький національний університет Факультет економіки та управління Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва |
| Ступінь вищої освіти | Магістр |
| Назва кваліфікації | Магістр маркетингу |
| Офіційна назва освітньої програми | Освітньо-професійна програма «Маркетинг» |
| Тип диплому та обсяг освітньої програми | Тип диплому – одиничний Обсяг: - на основі освітнього ступеня бакалавра становить 90 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 1,5 роки. |
| Наявність акредитації | Акредитаційна комісія України, Україна, 2018, термін дії сертифікату (Серія УД №23000512, 03.01.2018) – до 1 липня 2022 року |
| Цикл/Рівень програми | Національна рамка кваліфікацій – 8 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 |
| Мова(и) викладання | Українська |
| Термін дії освітньої програми | 1,5 роки |
| Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми | http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=50 |
| 2. Мета освітньої програми | |
| Формування особистості фахівця, здатного 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. | |
| 3. Характеристика освітньої програми | |
| Предметна область | 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг |
| Орієнтація освітньої програми | Освітньо-професійна програма. |
| Основний фокус освітньої програми | Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, стратегія, товар, ціна, розподіл, комунікації. |
| Особливості програми | Використання в навчальному процесі елементів дуальної освіти. |
| 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
| Придатність до працевлаштування | Випускник освітнього рівня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1238 Керівники проєктів і програм 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Консультант з маркетингу, професіонал з інноваційної діяльності, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою. |
| Подальше навчання | Можливість продовження навчання за третім рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. |
| 5. Викладання та оцінювання | |
| Викладання та навчання | Лекції, Практикуми та практичні заняття в групі. Заняття з розв'язання проблем. Лабораторні заняття. Стажування/практика. Онлайн/електронне навчання. Самостійна робота. |

| | |
|--|---|
| | <p>За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (поояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі тощо).</p> <p>За організаційними формами: колективного та інтегративного навчання (кейсів, ролевих (ділових) ігор, дебатів, ситуаційних вправ тощо).</p> <p>За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці.</p> |
| Оцінювання | <p>Види контролю: поточний, тематичний, періодичний, модульний, підсумковий, самоконтроль тощо.</p> <p>Форми контролю: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист лабораторних та індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, іспити, підсумкова атестація – публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною – («зараховано», «незараховано»)</p> |
| 6. Програшні 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> |
| 7. Програшні результати навчання (ПРН) | |
| <p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття</p> | |

| | |
|--|---|
| <p>маркетингових рішень.</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів 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> | |
| 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| Кадрове забезпечення | Доктори наук, професори – 2 особи (25%), кандидати наук, доценти – 6 осіб (75%). Всі викладачі мають рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог. Для організації зв'язку з реальним виробництвом до викладання деяких дисциплін залучаються фахівці з реального сектору маркетингу, торгівлі та послуг. |
| Матеріально-технічне забезпечення | Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів для фактичного контингенту студентів становить 6,4 м ² (при навчанні у дві зміни), що відповідає рекомендованим показникам розрахункової площі навчальних закладів. Кількість лекційних аудиторій, аудиторій для проведення практичних, лабораторних занять, навчально-виховних заходів, достатня для здійснення освітньої діяльності. Лекційні аудиторії оснащені мультимедійним обладнанням. |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | Наявність: - українських та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю у бібліотечі (у тому числі в електронному вигляді); - офіційного веб-сайту ХНУ, на якому розміщена основна інформація про організацію навчального процесу; - модульного середовища для навчання MOODLE; - електронної бібліотеки університету; - 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 проєктування. |
| 9. Академічна мобільність | |
| Національна кредитна мобільність | На основі двосторонніх договорів між ХНУ та закладами вищої освіти України. |
| Міжнародна кредитна мобільність | Програми Подвійного Диплому із навчальними закладами Польщі: – Краківською політехнікою ім.Т.Костюшка, www.pk.edu.pl – Люблінським технічним університетом, www.pollub.pl/ – Свентокшиською політехнікою в Кельцах, www.tu.kielce.pl |
| Навчання іноземних здобувачів вищої освіти | Не передбачено. |

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

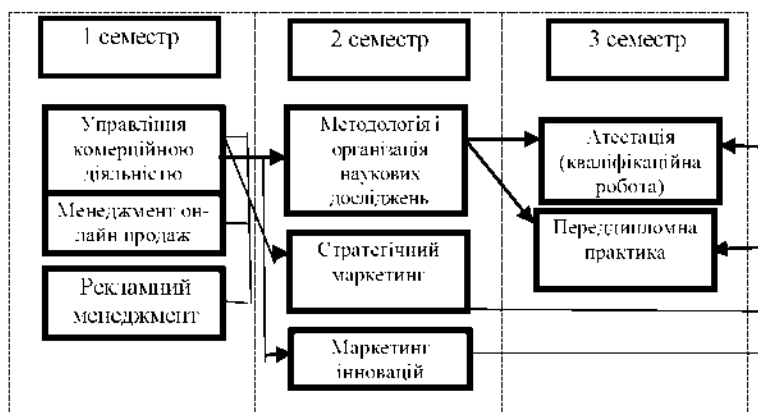
2.1. Перелік компонент освітньої програми

| 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 | | | | |
| Дисципліни загальної підготовки (ОЗП) | | | | |
| ОЗП 01 | Методологія і організація наукових досліджень | 4 | іспит | 2 |
| Дисципліни професійної підготовки (ОПП) | | | | |
| ОПП 01 | Рекламний менеджмент | 5 | іспит | 1 |
| ОПП 02 | Управління комерційною діяльністю | 5 | іспит | 1 |
| ОПП 03 | Менеджмент он-лайн продаж | 6 | іспит, курсова робота | 1 |
| ОПП 04 | Стратегічний маркетинг | 6 | іспит, курсова робота | 2 |
| ОПП 05 | Маркетинг інновацій | 6 | іспит | 2 |
| ОПП 06 | Переддипломна практика | 15 | залік | 3 |
| ОПП 07 | Атестація (кваліфікаційна робота) | 15 | іспит | 3 |
| Загальний обсяг обов'язкових компонент | | | 62 | |
| ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ | | | | |
| | Освітні компоненти 1 семестру | | 15 | |
| | Освітні компоненти 2 семестру | | 13 | |
| Загальний обсяг вибіркового компонент | | | 28 | |
| Загальний обсяг освітньої програми | | | 90 | |

Описи всіх навчальних дисциплін наведені у Додатку А.

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. Структурно-логічна схема

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 закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства. |

IV. Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (далі - СВЗЯ) в Університеті відповідає вимогам Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту» (2014) та статті 41 Закону України «Про освіту» (2017). Створена СВЗЯ функціонує на п'яти організаційних рівнях відповідно до розроблених нормативних документів, що розміщені на сайті Університету: <http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?r=700&p=100>.

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти містить:

- 1) стратегію (політику) та процедури забезпечення якості освіти;
- 2) систему та механізми забезпечення академічної доброчесності;
- 3) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 4) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 5) оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання здобувачів освіти;
- 6) оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання педагогічної (науковопедагогічної) діяльності педагогічних та науково-педагогічних працівників;
- 7) оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання управлінської діяльності керівних працівників закладу освіти;
- 8) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі для самостійної роботи здобувачів освіти;
- 9) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науковопедагогічних працівників;
- 10) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління закладом освіти;
- 11) створення у закладі освіти інклюзивного освітнього середовища, універсального дизайну та розумного пристосування;
- 12) інші процедури та заходи, що визначаються спеціальними законами або документами.

V. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

| | ОЗП01 | ОПП01 | ОПП02 | ОПП03 | ОПП04 | ОПП05 | ОПП06 | ОПП07 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| К | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК01 | + | | | | | + | + | + |
| ЗК02 | | + | | | | | + | + |
| ЗК03 | | | | + | | | + | + |
| ЗК04 | | | | + | | | + | + |
| ЗК05 | | + | | | | | + | + |
| ЗК06 | + | + | + | | | | + | + |
| ЗК07 | | + | | + | + | + | + | + |
| ЗК08 | + | | | | + | + | + | + |
| ФК01 | | | + | | | | + | + |
| ФК02 | | | | | + | | + | + |
| ФК03 | | | + | | + | | + | + |
| ФК04 | | + | | | | + | + | + |
| ФК05 | | | | | + | | + | + |
| ФК06 | | | | + | | | + | + |
| ФК07 | | | | + | + | | + | + |
| ФК08 | | | | + | | | + | + |

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

| | ОЗП01 | ОПП01 | ОПП02 | ОПП03 | ОПП04 | ОПП05 | ОПП06 | ОПП07 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ПРН01 | | + | + | | | + | + | + |
| ПРН02 | | + | + | | | + | + | + |
| ПРН03 | | + | | | | | + | + |
| ПРН04 | | + | | | + | | + | + |
| ПРН05 | + | | | | | | + | + |
| ПРН06 | | | | + | | | + | + |
| ПРН07 | | | | | + | | + | + |
| ПРН08 | + | + | | + | | | + | + |
| ПРН09 | | | | + | | | + | + |
| ПРН10 | | | | | | + | + | + |
| ПРН11 | | + | | | + | | + | + |
| ПРН12 | | | | | + | | + | + |
| ПРН13 | | | + | + | | | + | + |
| ПРН14 | | | + | + | + | | + | + |
| ПРН15 | + | | | + | + | + | + | + |

Використані джерела

1. Закон України “Про освіту” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон “Про вищу освіту” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Рівні Національної рамки кваліфікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/tivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
4. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 10.07.2019 №960.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648).
7. Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз’яснень стосовно освітніх програм».
8. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 10 травня 2018 р. № 347).
9. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».