

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор

(Л.В.Губерський)

« 08 »

травня

20 20 р.

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

MARKETING

Рівень вищої освіти: другий / Second

(редакція від « 02 » березня 20 20 р., затверджена рішенням Вченої ради)

на здобуття освітнього ступеню: магістр / Master

за спеціальністю № 075 «Маркетинг» / «Marketing»

галузі знань № 07 «Управління та адміністрування» / «Management and Administration»

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради
від « 02 » березня 20 20 р.
протокол № 8

Введено в дію наказом ректора від
« 08 » травня 20 20 за № 309-32

Київ 2020 р.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗОВНІШНІЮ АПРОБАЦІЮ

А. Рецензії (представників академічної спільноти (ЗВО, національної та галузевої академій наук, тощо)

Солнцев С.О. – д.ф-м.н., професор, завідуючий кафедрою промислового маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Дата рецензування: 24 січня 2020 року.

Б. Відгуки представників професійних асоціацій

Печалін О.В. – Голова Правління, спілка підприємців "Стіна".

Дата рецензування: 27 січня 2020 року

В. Відгуки представників ринку праці

Макашева Ю.В. – директор ТОВ «Сектор Х»

Дата рецензування: 23 січня 2020 року

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади (для сумісників — місце основної роботи, найменування посади)	Найменування закладу, який закінчив викладач (рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту)	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідна робота, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
Кафедра міжнародної економіки та маркетингу, ОП «Маркетинг» ОКР «магістр» денна ф.н.						
Керівник проектної групи						
Длігач Андрій Олександрович	Доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу	Національний Технічний Університет України «Київський Політехнічний Інститут» (1995, спеціальність «маркетинг у виробничій сфері», кваліфікація спеціаліста «менеджер-маркетолог»)	доктор економічних наук, 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації «Системно-рефлексивне стратегічне маркетингове управління в діяльності підприємств в Україні», ДД № 005826 від 29.09.2016 р.	24 роки	Загальна кількість публікацій – 171 , з них: 8 монографій (у тому числі 2 одноосібні), 7 підручників та навчальних посібників (у тому числі 3 підручники, 3 навчальні посібники, 1 термінологічний словник), 41 стаття у фахових (у тому числі 38 фахових) та наукометричних виданнях (у тому числі 1 стаття у БД Scopus та Web of Science, 4 статті у БД Index Copernicus, 4 статті у БД Ulrich's Web, 1	1. Стенфордський університет, Центр демократії, розвитку та верховенства права (CDDRL), Школа управління Українського католицького університету (Харків-Київ). Стажування на програмі Академії лідерства для розвитку (LAD) "Роль державної політики в розвитку

		Національний Технічний Університет України «Київський Політехнічний Інститут» (1995, спеціальність «прикладна математика», кваліфікація спеціаліста «інженер- математик»)	Доцент за кафедрою міжнародної економіки, 12 ДЦ № 027705 від 14.04.2011 р.		стаття у БД EBSCO). Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів – 405 (у тому числі 54 науково-практичних конференцій)	приватного сектора" під керівництвом професора Р. Лідса і професора. С. Д. Краснера. Сертифікат. Січень 2018 р. 2. Київська школа економіки KSE. Стажування на кафедрі менеджменту. 2018- 2020 рр. 3. Львівська бізнес- школа LvBS. Стажування, курс «Маркетинг», на навчальних програмах «Маркетинг для бізнесу», «Ефективне управління малим бізнесом», 2014–2020 рр.
Члени проектної групи						
Старостіна Алла Олексіївна	професор, завідувач кафедрою міжнародної економіки та маркетингу	Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченка, 1976 р., спеціальність – політична економія,	доктор економічних наук, 051 – економіка (08.06.02 – підприємництво, менеджмент, маркетинг), «Методологія і практика	43 роки	Всього публікацій наукового та навчально-методичного характеру – 318 , з них 27 підручників та навчально- методичних посібників, 13 монографій, у тому числі видані в країнах ЄС, 154 статей у фахових та наукометричних	1. Стажування в Академічному товаристві Міхала Балудянського (Словаччина) з інноваційних методів та підходів в освіті (32 год.),

		кваліфікація – економіст, викладач політичної економії	маркетингових досліджень в Україні», ДД № 000958 від 08.12.1999 р., професор кафедри промислового маркетингу, ПР № 000189 від 26.10.2000 р.	виданнях. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів – 111. - Керівник науково-дослідної групи «Стратегії міжнародного співробітництва за умов поглиблення регіональної економічної співпраці». - Керівник програми подвійного дипломування Business Administration and Consulting /Global Politics and International Relations між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка та Університетом Мачерата (Італія). - Керівник та учасник міжнародних дослідницьких проектів. - Під керівництвом захищено: 20 – кандидатів наук, 3 – докторів наук. - Заслужений діяч науки і техніки України (2009р.) - Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки за комплекс підручників з маркетингу (2011р.). - Голова Спеціалізованої Вченої ради Д 26.001.12 за	м.Братислава, 15-18 березня 2016 р. Сертифікат №41-03/16. 2.British Council Ukraine, Оксфордський Університет. 11-15.01.2016 м. Київ. Academic Teaching Excellence – English as the Medium of Instruction Course. Сертифікат б/н.
--	--	--	---	--	--

					спеціальністю 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка - Головний редактор журналу «Маркетинг в Україні», член редколегії 5 наукових фахових журналів, в т.ч. «Вісника Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка». - Науковий редактор перекладів підручників та монографій провідних закордонних фахівців в галузі економіки. - Засновник і керівник Бізнес-школи «КНУ МБА» при КНУ імені Тараса Шевченка з 2013 р. до тепер. - Керівник програми подвійного дипломування Business Administration and Consulting /Global Politics and International Relations між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка та Університетом Мачерата (Італія). - Засновник та член правління громадської організації	
--	--	--	--	--	--	--

					«Об'єднання маркетологів України» - Робота у складі журі II етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з менеджменту, 2014-2017 рр.; робота у складі журі II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Міжнародна економіка» 2014-2019 рр. - Науковий керівник переможців Всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт з міжнародної економіки та маркетингу – 6 осіб.	
Пащук Лідія Віталіївна	Доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу	Національний Технічний Університет України «Київський Політехнічний Інститут», 2003, спеціальність «Маркетинг», магістр з маркетингу	кандидат економічних наук 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», Формування системи маркетингу персоналу на підприємстві	9 років	- Загальна кількість публікацій – 61, з них: 2 навчальні посібники, 2 монографії (всі видані у країнах ЄС), 27 статей у фахових та наукометричних виданнях. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів – 12.	1. Чартерний інститут маркетингу (Chartered Institute of Marketing), Великобританія, дистанційне навчання, січень 2010- квітень 2011, професійний диплом с маркетингу (Professional Diploma in Marketing, диплом №NPD0388, 13381828) 2. Стажування в Академічному товаристві Михаїла

						Балудянського (Словаччина) з інноваційних методів та підходів в освіті (72 години), лютий 2016 року, сертифікат № 46-02/16 3. Бельгія, Академія віртуології (Virtuology Academy) , Брюсель, Бельгія, сертифікат від 9 травня 2019, підвищення кваліфікації в компанії, лекції, семінари, тренінги. (128 годин) 4. Навчальний центр Ізраїльської Агенції з міжнародного розвитку "Машав", Міністерство іноземних справ, Хайфа, Ізраїль, 12-30 серпня 2018 року, сертифікат від 30 серпня, навчальна програма "Підтримка жіночого підприємництва із залученням інформаційно-
--	--	--	--	--	--	---

						комунікаційних технологій (ІКТ) та нетворкінгу" (150 годин)
Руденко Наталя Валентинівна	доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу	Київський національний університет імені Тараса Шевченка; 1997 р., спеціальність: облік і аудит; кваліфікація: економіст	кандидат економічних наук, 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, «Вплив міжнародних тенденцій зайнятості на регулювання ринків праці у відкритій економіці» ДК№048784 від 08.10.2008р., доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу 12ДЦ№027169 від 20.01.2011р..	24 роки	- Загальна кількість публікацій – 58, з них: 3 навчальні посібники, 9 навчально-методичних комплекси, 25 статей у фахових виданнях. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів - 24	1. Дипломатична академія України при МЗС України. Центр підвищення кваліфікації. Свідоцтво №0520, «Міжнародне економічне співробітництво», м.Київ, 9-10 жовтня 2012р.; 2. Дипломатична академія України при МЗС України. Центр підвищення кваліфікації, Свідоцтво №0585, «Європейська інтеграція», м.Київ, 16-17 жовтня 2012р. 3. Агенсво ВШК , Курс «MARKETING. PR. DIGITAL», м.Київ, 22-25.03. 2018р. 4. Вільна школа маркетингу. Практичні майстер-класи з маркетингу та digital технологій.

						Сертифікат від 2-5 червня 2016р. 5.Украинский тренинговий портал SeeAns. Он-лайн курс «Стратегический маркетинг. Вывод бренда на рынок», Київ, 2019
--	--	--	--	--	--	---

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

- 1) освітнього стандарту спеціальності 075 «Маркетинг» за рівнем «магістр»

INTRODUCTION

Designed by working group, consisting of:

Full name of the head and members of the working group	Job title (for part-time employees - place and job title of the main job)	Name of the establishment which lecturer graduated from (graduation year, specialization, qualification in accordance with the document of higher education)	Academic Degree, Code and name of scientific specialization, thesis topic, academic rank, awarded by what department (specialization)	Scientific-educational and/or scientific work experience	Information on scientific work (main publications topics, scientific research work, participation in the conferences and seminars, work with postgraduates and PhD candidates, managing students' scientific work)	Information about qualification advancement of the lecturer (name of the establishment, type of the document, topic, date of issuance, duration, hours/credits)
Department of International Economics and Marketing, educational programme Marketing, Master's degree, Full-time						
Head of the Project group						
Dligach Andrii Olexandrovych	Associate Professor, Department of International Economics and Marketing	National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute" (1995, specialty Marketing in Production Industry, Management and Marketing Specialist qualification) National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute" (1995, specialty Applied Mathematics, Applied Mathematician	Doctor of Economics, 08.00.04 Economics and Management of Enterprises (by the types of economic activity), thesis topic "System-reflexive Strategic Marketing Management in the enterprises operation in Ukraine", ДД № 005826 dated 29.09.2016. Associate Professor at the Department of International	24 years	- Total number of publications – 171, including: 3 course books, 3 study guides, 1 glossary, 8 monographs (including 2 individual, 1 edited in EU), 41 articles in scientific and professional peer reviewed journals. - Total number of conferences, round tables and business forums – 405 (including 54 scientific conferences).	1. Stanford University, Center for Democracy, Development and Rule of Law (CDDRL), Management School of Ukrainian Catholic University (Kharkiv-Kyiv). Internship at the Leadership for Development (LAD) program "The Role of Public Policy in Private Sector Development" led by Professor Roger Leeds and Professor Stephen D. Krasner. Certificate. January 2018.

		Specialist qualification)	Economics, 12 ДІІ № 027705 dated 14.04.2011.			2. Kyiv School of Economics KSE. Internship at the Department of Management, 2018-2020. 3. Lviv Business School LvBS. Internship, Marketing course, educational programs Marketing for Business, Effective Management of Small Businesses, 2014-2020.
Project group members						
Starostina Alla Oleksiyivna	Professor, Head of the Department of International Economics and Marketing	Kyiv State University. T.G. Shevchenko, 1976, specialty - political economy, qualification - economist, lecturer of political economy	Doctor of Economics, 051 - Economics (08.06.02 – Entrepreneurship, Management, Marketing), “Methodology and Practice of Marketing Research in Ukraine” ДІІ№000958 from 08.12.1999, Professor of the Department of Industrial Marketing, ІІР№000189 from 26.10. 2000	43 years	There are 318 scientific and methodological publications in total, including 27 textbooks and manuals, 13 monographs, including those published in EU countries, 154 articles in professional and scientific publications. - The total number of conferences, roundtables and business forums is 111. - Head of the Research Group “Strategies for International Cooperation in the Conditions of Deepening Regional Economic Cooperation”. - Head of the Business Administration and Consulting / Global Politics and International	1. Internship at the Academic Society of Michal Baludiansky (Slovakia) on Innovative Methods and Approaches in Education (32 hours), Bratislava, March 15-18, 2016 Certificate №41-03 / 16. 2. British Council Ukraine, Oxford University. 11-15.01.2016 Kyiv. Academic Teaching Excellence - English as the Medium of Instruction Course. Certificate of 11-15.01.2016

					Relations double degree program between Taras Shevchenko Kyiv National University and Macerata University (Italy). - Leader and participant in international research projects. - Under the guidance of: 20 - Candidates of Sciences, 3 - Doctors of Sciences. - Honored Worker of Science and Technology of Ukraine (2009) - Winner of the State Prize of Ukraine in the field of science and technology for a set of marketing textbooks (2011). - Chairman of the Specialized Academic Council D 26.001.12, specialty 08.00.04 - Economics and Management of Enterprises (by economic activities) at Taras Shevchenko National University of Kyiv - Editor-in-Chief of the Marketing in Ukraine journal, a member of the editorial board of 5 scientific journals, incl. «Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy Series. - Scientific editor of translations of textbooks and monographs by leading foreign experts in the field of economics. - Founder and head of the Business School "KNU IBA" at Taras Shevchenko National University from 2013 till now.	
--	--	--	--	--	--	--

					- Head of the Business Administration and Consulting / Global Politics and International Relations double degree program between Taras Shevchenko Kyiv National University and Macerata University (Italy). - Founder and member of the board of NGO "Marketing Association of Ukraine" - Work as a member of the jury of the II stage of the All-Ukrainian competition of student scientific works on management, 2014-2017; work in the jury of the II stage of the All-Ukrainian Student Olympiad in the specialty "International Economics" 2014-2019. - Scientific adviser of winners of All-Ukrainian competitions of student scientific works on the international economy and marketing - 6 persons.	
Pashchuk Lidiia Vitaliivna	Associate Professor of the Department of International Economics and Marketing	National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute», 2003, specialization – Master of Marketing	Candidate of Economic Science 08.00.04 «Economy and management of enterprises (for types of economic activity)», Fomation of Personnel Marketing System at	9 years	- Overall quantity of publication – 61, therof: 2 study manuals, 2 monographs (3 edited in EU), 27 articles in scientific and peer reviewed editions. - Total number of conferences, round tables and business forums – 12.	1. Chartered Institute of Marketing, UK, Professional Diploma in Marketing, №NPD0388, 13381828 2. Internship in Academic community of Mykhail Boludyansky (Slovakia) 11.02.2016, Certificate № 46-02/16, 72 hours

			Enterprises			3.Virtuology Academy, Brussels, Belgium, Certificate of May 9, 2019, 128 hours 4. Study Centre of Agency of International Affairs of Israel, MASHAV, Haifa, Israel, August 12-30, 2018, Certificate of August 30, 2018, 150 hours
Rudenko Natalya Valentynivna	Associate Professor, Department of International Economics and Marketing	Taras Shevchenko National University of Kyiv; 1997, specialty: accounting and audit; qualification: economist,	Candidate of Economic Sciences, 08.00.02 - World Economy and International Economic Relations, "The Impact of International Employment Trends on Regulation of Labor Markets in an Open Economy" DKNº048784 from October 8, 2008, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Business 12ДПНº027169 from 20.01. 2011	24 years	- Total number of publications - 58, where: 3 study guides, 9 educational-methodical complexes, 25 articles in professional publications. - Total number of conferences, roundtables and business forums - 24.	1. Diplomatic Academy of Ukraine at the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. Training Center. Certificate No. 0520, International Economic Cooperation, Kyiv, October 9-10, 2012; 2. Diplomatic Academy of Ukraine at the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. Training Center, Certificate # 0585, "European Integration", Kyiv, October 16-17, 2012. 3.

When designing the project of the program, the following requirements were taken into account:

- 1) Educational standard for 075 Marketing specialty, Master's Degree.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг» / Marketing

зі спеціальності № 075 «Маркетинг»
specialty 075 Marketing

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Ступінь вищої освіти: Магістр Спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Маркетинг Кластери: Маркетинг публічного сектору; Управління бізнесом Degree: Master Clusters: 075 Marketing Education program: Marketing Clusters: Public Sector Marketing, Business Management
Мова(и) навчання і оцінювання	Українська, англійська Ukrainian, English
Обсяг освітньої програми	120 кредитів ЄКТС – КНУ імені Тараса Шевченка, термін навчання – 2 роки 120 ECTS credits – Taras Shevchenko National University of Kyiv, program duration – 2 years
Тип програми	освітньо-наукова educational and scientific
Повна назва закладу вищої освіти, а також структурного підрозділу у якому здійснюється навчання	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна Економічний факультет Кафедра міжнародної економіки та маркетингу Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine Faculty of Economics Department of International Economics and Marketing
Назва закладу вищої освіти який бере участь у забезпеченні програми (заповнюється для програм подвійного і спільного дипломування)	
Офіційна назва освітньої програми, ступінь вищої освіти та назва кваліфікації ЗВО-партнера мовою оригіналу (заповнюється для програм подвійного і спільного дипломування)	
Наявність акредитації	
Цикл/рівень програми	НПК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл

	EQF-LLL – 7 рівень Ukraine's NQF– 8 level FQ-EHEA – second cycle EQF-LLL – 7 level
Передумови	Диплом бакалавра за різними галузями знань Bachelor degree in different subject areas
Форма навчання	Денна Full-time
Термін дії освітньої програми	5 років 5 years
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://econom.univ.kiev.ua/departments/ieam/educ_programs/
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми (з врахуванням рівня кваліфікації)	Підготовка магістрів маркетингу, які здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання, мають інноваційний спосіб мислення та володіють компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю Training of Masters in marketing who are able to solve complex managerial and research problems with an innovative way of thinking and the competencies necessary for efficient managing of marketing activity
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань / спеціальність / спеціалізація програми)	Управління та адміністрування / Маркетинг / Маркетинг Management and administration / Marketing / Marketing
Орієнтація освітньої програми	освітньо-наукова прикладна educational and scientific applied
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта з маркетингу Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, поняття, концепції, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, маркетингові дослідження, збирання даних, узагальнення, аналіз, маркетингове забезпечення управлінських рішень, ефективність управління, стратегії ринкових суб'єктів, маркетингове планування Special Training in Marketing Key words: marketing, marketing mix, concepts, principles and methods of managing marketing strategy of a market player, marketing research, collecting data, synthesis, analysis, marketing support of managerial decisions, management efficiency, market players' strategies, marketing planning

Особливості програми	обов'язкова науково-дослідна практика compulsory scientific and research internship
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця за різними видами підприємницької діяльності, в тому числі на підприємствах різних видів економічної діяльності, в науковій, організаційно-управлінській та освітній галузях; на викладацьких та інших посадах; в органах державної влади і місцевого самоврядування; в аналітично-інформаційних інституціях; дослідницьких закладах тощо Jobs for various types of entrepreneurial activity, including enterprises of various types of economic activity, scientific, organizational, managerial and educational spheres; teaching and other positions at primary, secondary and high schools and universities with 3-4 accreditation levels; governmental bodies and local self-government; analytical and research institutions, etc.
Подальше навчання	Можливість продовжувати освіту на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Ability to continue education at the third (educational-scientific) level of higher education.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання здійснюється на основі студенто-центрованого підходу. Контактні години побудовані у формі лекцій, семінарів та практичних занять в інтерактивному форматі. Самостійна робота студентів здійснюється під керівництвом викладача та передбачає опанування наукової та науково-методичної літератури фахової спрямованості та виконання на її основі індивідуальних та/або командних проектів, розв'язання бізнес-кейсів, роботу у глобальних віртуальних командах в рамках міжнародного дослідницького проекту. Останній рік навчання завершується публічним захистом магістерського дослідження. Teaching is based on a student-oriented approach. Contact hours are organized in the form of lectures, seminars, practical classes in interactive manner. Independent work of students is carried out under a lecturer's guidance and involves the mastering professional scientific and methodological literature with further implementation of individual and/or team projects, finding solutions for business cases, working in global virtual teams as part of an international research project. The final year of study ends with public defence of a master's thesis.
Оцінювання	Письмові іспити та заліки, есе, усні презентації, захист індивідуальних та групових проектів, контрольні

	роботи, диференційовані заліки, захист кваліфікаційної роботи магістра. Written exams and pass/fail examinations, essays, oral presentations of individual and team projects, quizzes, master's graduation thesis defence.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог Ability to solve complex tasks and problems in the field of marketing in real business or studies that involves carrying out research and/or innovation development under uncertain conditions
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. Ability to make informed decisions. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Ability to generate new ideas (creativity). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Ability to evaluate and ensure the quality of the work performed. ЗК4. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації. Ability to adapt and act in a new situation. ЗК5. Навички міжособистісної комунікації. Interpersonal communication skills. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Ability to search, process and analyse information from different sources. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. Ability to take the initiative and be enterprising. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. Ability to develop projects and manage them.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. Ability to logically and consistently reproduce and apply knowledge of the latest marketing theories, methods and practices.

ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

Ability to correctly interpret the results of recent theoretical studies in the field of marketing and the practice of their application.

ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Ability to conduct independent research and interpretation of the results in the sphere of marketing.

ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

Ability to demonstrate a creative working in the sphere of marketing.

ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

Ability to diagnose marketing activity of an market player, implement marketing analysis and forecasting.

ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

Ability to define and use effective managerial tools of market player's activity on the level of company, department, group, and network.

ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

Ability to develop and analyze marketing strategy of a market player, as well as ways to implement it considering cross-functional relationships.

ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Ability to create a marketing system for a market player, and evaluate its productivity and efficiency.

ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Ability to conduct theoretical and applied research in the sphere of marketing.

	ФК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу. Ability to present and make public the results of scientific research in the field of marketing. ФК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти. Ability to apply knowledge of pedagogy and psychology in the educational process in the higher educational institutions.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. To know and be able to apply in practice modern marketing principles, theories, methods and practical tools. ПРН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. To be able to adapt and apply new developments in marketing theories and practices to achieve specific goals and objectives of a market player. ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. To plan and conduct own marketing research, analyze its results and justify effective marketing decisions under uncertainty. ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. To demonstrate the ability to develop a marketing strategy and tactics considering their cross-functional character. ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. To present and discuss the results of scientific and applied research, and marketing projects in national and foreign languages. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Be able to increase efficiency of a market player's activity

	at different managerial levels, develop and manage marketing projects. ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Be able to establish and improve the marketing system of a market player. ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. To use methods of interpersonal communication to meet collective challenges, negotiate, conduct scientific discussions in the sphere of marketing. ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. To understanding the nature and peculiarities of the marketing tools' application in the marketing decision-making process. ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. To justify marketing decisions regarding a market player by using modern managerial principles, approaches, methods, and techniques. ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. To apply the methods of marketing strategic analysis and interpret its results to improve a market player's activity. ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. To diagnose and strategically and operationally manage marketing to develop and implement marketing strategies, projects and programs. ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. To manage the marketing activity of a market player, its departments, groups and networks, to determine the criteria and indicators for its evaluation. ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії,
--	--

	будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. To form a marketing system of interaction, to build long-term mutually beneficial relations with other market players. ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результативність із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. To collect necessary data from different sources, process and analyze its dynamics using modern methods and specialized software. ПРН16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. To be able to distinguish between scientific and practical research problems and solve them using marketing theories and methodology, as well as general and specific research methods. ПРН17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів. Be able to make public the results of own scientific research in a professional environment and present them with the use of modern technical tools. ПРН18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства. To apply pedagogical technologies and deliver professional disciplines in accordance with the current legislation.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	До викладання дисциплін англійською мовою допускаються працівники, що мають щонайменше рівень B2 володіння англійською мовою For teaching of the subjects in English, only employees with at least B2 English proficiency Level are allowed
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	–
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	–
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	–

Міжнародна кредитна мобільність	На підставі укладених угод університету про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1) Based on the University Agreement on International Academic Mobility (Erasmus + K1)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних підставах Education of the foreign applicants for obtaining the higher education is carried out on general grounds

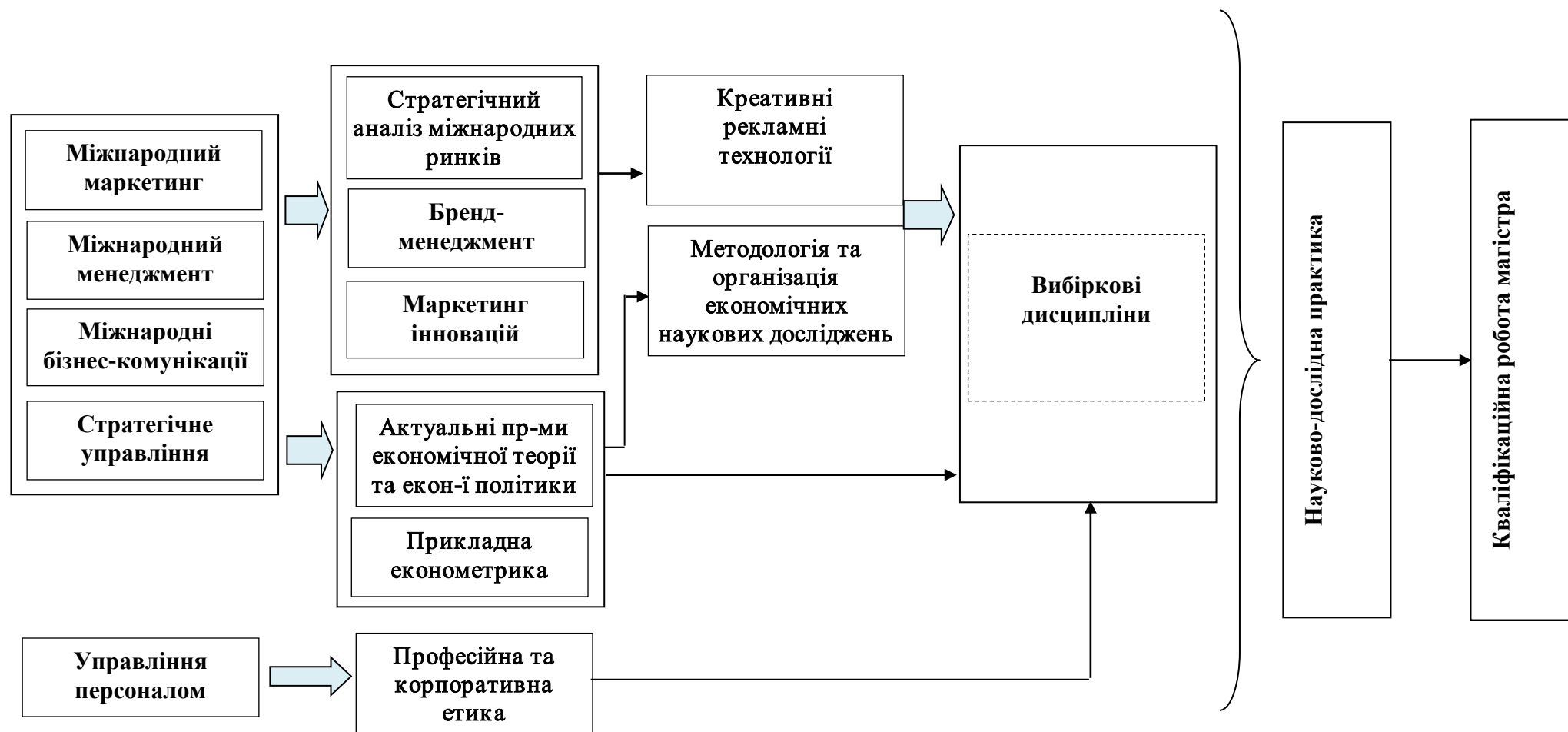
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент ОП

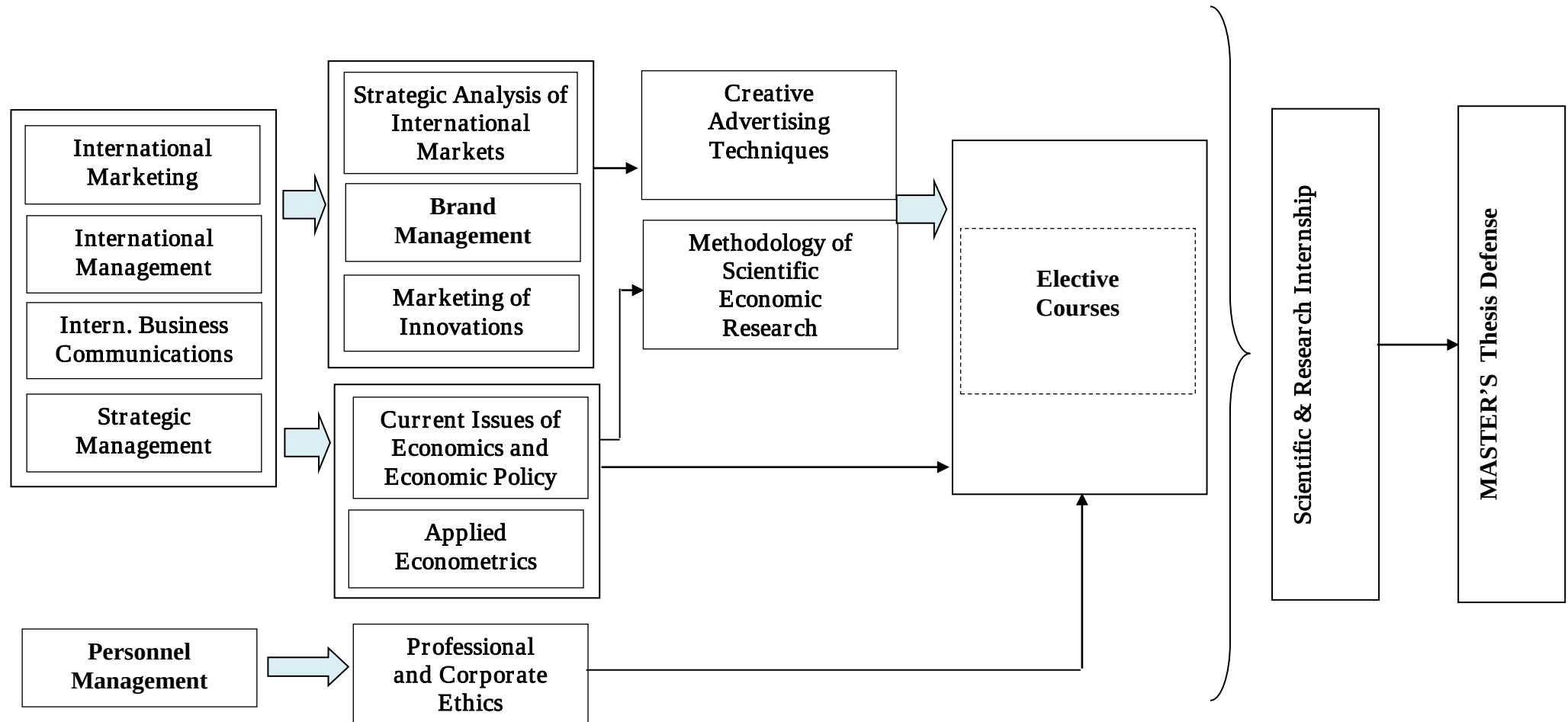
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП / Compulsory Components			
0К 1.	Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності) Methodology of Scientific Economic Research (including Intellectual Property)	6,0	Іспит/exam
0К 2.	Професійна та корпоративна етика Professional and Corporate Ethics	3,0	Залік/ pass/fail
0К 3.	Актуальні проблеми економічної теорії та економічної політики Current Issues of Economics and Economic Policy	4,0	Іспит/exam
0К 4.	Прикладна економетрика Applied Econometrics	4,0	Залік/ pass/fail
0К 5.	Міжнародний маркетинг International Marketing	6,0	Іспит/exam
0К 6.	Маркетинг інновацій Marketing of Innovations	5,0	Іспит/exam
0К 7.	Міжнародний менеджмент International Management	6,0	Іспит/exam
0К 8.	Креативні рекламні технології Creative Advertising Techniques	6,0	Іспит/exam
0К 9.	Стратегічне управління Strategic Management	6,0	Іспит/exam
0К 10.	Стратегічний аналіз міжнародних ринків Strategic Analysis of International Markets	8,0	Іспит/exam
0К 11.	Курсова робота з дисципліни "Стратегічний аналіз міжнародних ринків" Coursework in Strategic Analysis of International Markets	1,0	Залік/ pass/fail
0К 12.	Міжнародні бізнес-комунікації International Business Communications	6,0	Іспит/exam
0К 13.	Кваліфікаційна робота магістра Master's degree thesis	9,0	Захист/ thesis defense
0К 14.	Науково-дослідна практика Scientific & Research Internship	6,0	Диф. залік/ pass/fail
0К 15.	Управління персоналом Personnel Management	6,0	Іспит/exam
0К 16.	Бренд-менеджмент Brand Management	5,0	Іспит/exam
Загальний обсяг обов'язкових компонент: Total Amount of Compulsory Components:		87,0	

Вибіркові компоненти ОП / Elective Components	
ВБ 1	<i>Кластер "Маркетинг публічного сектору"</i> <i>Cluster "Public Sector Marketing"</i> Вибірковий блок складається з 6 вибірових компонент загальним обсягом 33 кредити, вивчення яких завершується складанням 2 заліки та 4 іспити. Вибірковий блок включає дисципліни поглибленого вивчення специфіки маркетингу у публічному секторі, включаючи питання маркетингу державних проєктів, public relations (зв'язків з громадськістю), політичних маркетингових технологій, особливостей некомерційних маркетингових досліджень, а також особливостей застосування англійської мови у маркетингу публічного сектору. Elective block includes 6 elective components, which amount 33 credits in total. The study of components ends with 2 pass/fail examinations and 4 exams. The elective block includes disciplines of in-depth study of the specifics of marketing in the public sector, including issues of marketing of public projects, public relations, political marketing technologies, specifics of non-commercial marketing researches, and features of English in public sector marketing.
ВБ 2	<i>Класстер "Управління бізнесом"</i> <i>Cluster "Business Management"</i> Вибірковий блок складається з 6 вибірових компонент загальним обсягом 33 кредити, вивчення яких завершується складанням 2 заліки та 4 іспити. Вибірковий блок включає дисципліни поглибленого вивчення тактичних аспектів управління бізнесом, включаючи питання самомаркетингу, маркетингового планування та консультування, start-up маркетингу та маркетингу послуг, а також особливостей застосування англійської мови в управлінні бізнесом. Elective block includes 6 elective components, which amount 33 credits in total. The study of components ends with 2 pass/fail examinations and 4 exams. The elective block includes disciplines of in-depth study of the specifics of marketing in the tactical aspects of business management, including self-marketing, marketing planning and consulting, start-up and services marketing, and features of English in business management
Загальний обсяг вибірових компонент:	
Total Amount of Elective Components:	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:	
Total Workload for Curriculum:	

2.2 Структурно-логічна схема ОП



2.2. The Structure of Educational Program



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується наданням документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу» за освітньою програмою «Маркетинг».

На захисті кваліфікаційної магістерської роботи випускної роботи перевіряються вміння застосування концепції, методи та інструменти маркетингу для результативного та ефективного управління бізнес процесами на підприємстві (ПРН1 – ПРН17).

Рішенням екзменаційної комісії може бути присвоєна професійна кваліфікація «фахівець з методів розширення ринків збуту (маркетолог)». Умови присвоєння:

а) успішне оволодіння компетентностями блоку дисциплін основної частини плану за освітньою програмою та дисциплін вільного вибору студента за освітньою програмою з оцінками не нижче 75 балів;

б) проходження практик, передбачених навчальним планом за освітньою програмою, з оцінками не нижче 75 балів;

в) захист кваліфікаційної роботи магістра (за професійною кваліфікацією) з оцінкою не нижче 75 балів;

г) проходження стажування (факультативно) на підприємствах, організаціях та установах (відповідно до Положення про стажування) та надання довідки-характеристики з підприємства, організації, установи щодо роботи за фахом або стажування на первинних посадах відповідного рівня протягом не менше 240 годин.

Graduates' certification within a program in Marketing (075 Marketing) takes the form of Master's thesis defence. As a result, a graduate is awarded the Master Degree in Marketing on study program "Marketing".

The public defence of the Master's thesis enables examining the graduates' ability to apply marketing concepts, methods and tools for effective administration of a company business processes (ПРН1 – ПРН17).

Examination commission may award a graduate the professional qualification of "Specialist in Market Development Strategy (Marketer)". The awarding conditions:

a) successful mastering of the competences created by the disciplines of the compulsory and elective sections of study curriculum, with a grade not less than 75 points;

b) final grade for all compulsory professional internships not less than 75 points;

c) final grade for Master's thesis presentation (by professional qualification) not less than 75 points;

d) extracurricular internship at companies, organizations and institutions (according to the Internship Regulations) with providing certificate with favourable opinion of a company, organization, or institution where a graduate served or interned in professional positions for at least 240 hours.

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	Компоненти освітньо-наукової програми																	
	Обов'язкові																Вибіркові	
	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ОК 9.	ОК 10.	ОК 11.	ОК 12.	ОК 13.	ОК 14.	ОК 15.	ОК 16.	ВБ 1	ВБ 2
ЗК 1.	+		+						+				+	+			+	+
ЗК 2.	+					+		+	+				+			+	+	+
ЗК 3.		+											+	+		+	+	+
ЗК 4.						+	+	+				+			+		+	+
ЗК 5.		+					+	+		+	+	+			+		+	+
ЗК 6.	+			+						+	+		+	+			+	+
ЗК 7.					+	+		+				+	+			+	+	+
ЗК 8.					+	+								+		+	+	+
ФК 1.			+	+						+	+		+	+				
ФК 2.			+	+								+	+	+				
ФК 3.	+			+	+				+	+	+		+	+				
ФК 4.		+				+		+							+	+	+	+
ФК 5.					+		+		+				+	+			+	+
ФК 6.		+	+				+		+				+	+	+			
ФК 7.					+		+						+		+	+		
ФК 8.					+	+	+	+	+				+	+			+	+
ФК 9.	+		+	+						+	+		+				+	+
ФК 10.	+	+		+						+	+	+	+	+			+	+
ФК 11.		+	+									+			+			

5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	Компоненти освітньо-наукової програми																	
	Обов'язкові																Вибіркові	
	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ОК 9.	ОК 10.	ОК 11.	ОК 12.	ОК 13.	ОК 14.	ОК 15.	ОК 16.	ВБ 1	ВБ 2
ПРН 1.			+			+					+	+	+				+	+
ПРН 2.	+	+	+	+			+	+					+	+		+		
ПРН 3.	+	+		+	+						+		+	+		+		
ПРН 4.			+			+	+	+						+	+	+	+	+
ПРН 5.	+					+	+			+	+	+	+	+		+	+	+
ПРН 6.				+									+	+		+	+	+
ПРН 7.					+				+		+	+	+				+	+
ПРН 8.		+					+	+		+	+	+		+	+		+	+
ПРН 9.			+	+	+			+	+				+	+	+	+		
ПРН 10.			+					+	+				+	+		+	+	+
ПРН 11.				+				+	+	+	+		+	+			+	+
ПРН 12.			+		+	+			+				+			+	+	+
ПРН 13.					+	+							+	+	+	+	+	+
ПРН 14.		+						+	+			+			+		+	+
ПРН 15.	+			+	+		+			+	+		+	+		+	+	+
ПРН 16.	+	+		+	+					+	+		+	+				
ПРН 17.	+			+		+	+			+	+	+	+	+		+	+	+
ПРН 18.		+	+			+						+			+		+	+

Керівник проектної групи _____ А.О. Длігач « ____ » _____ 20__ р.