

**З ОРИГІНАЛОМ ЗГІДНО**

Керівник відділу діловодства  
та архіву

Київського національного університету

імені Тараса Шевченка  
Схвалено на засіданні Науково-методичного комітету Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка від 16 червня 2017 року, відповідає формі рекомендованій МОН  
України (лист від 28.04.2017 р. за №1/9-239)

## МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

### КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор

(Л.В.Губерський)

« 29 »

чэрвня

2017 р.

### ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Рівень вищої освіти: другий

на здобуття освітнього ступеню: магістр  
за спеціальністю № 075 «Маркетинг»  
галузі знань № 07 «Управління та адміністрування»

Розглянуто та затверджено  
на засіданні Вченої ради  
від « 4 » чэрвня 2017 р.  
протокол № 4

Введено в дію наказом ректора від  
« 29 » чэрвня 2017 за № 1214-32

Київ 2017 р.

# 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг»

«Marketing»

зі спеціальності № 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Ступінь вищої освіти: <b>Магістр</b> Спеціальність: <b>075 Маркетинг</b> Освітня програма: <b>Маркетинг</b> Спеціалізації: <b>Управління бізнесом та Маркетинг публічного сектору</b>  Degree: <b>Master</b> Specialty: <b>075 Marketing</b> Education program: <b>Marketing</b> Specialization: <b>Business Management and Public Sector Marketing</b>
Мова(и) навчання і оцінювання	<b>Українська, англійська</b> <b>Ukrainian, English</b>
Обсяг освітньої програми	<b>120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки</b>
Тип програми	<b>освітньо-наукова</b>
Повна назва закладу вищої освіти, а також структурного підрозділу у якому здійснюється навчання	<b>Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна</b> <b>Економічний факультет</b> <b>Кафедра міжнародної економіки та маркетингу</b>  <b>Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine</b> <b>Faculty of Economics</b> <b>Department of International Economics and Marketing</b>
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 ВНЗ-партнера мовою оригіналу (заповнюється для програм подвійного і спільного дипломування)	–
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень програми	<b>НРК України – 8 рівень,</b> <b>FQ-EHEA – другий цикл</b> <b>EQF-LLL – 7 рівень</b>
Передумови	<b>Диплом бакалавра</b>
Форма навчання	<b>Денна</b>
Термін дії освітньої програми	<b>5 років</b>
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	<b><a href="http://econom.univ.kiev.ua/departments/ieam/bac/">http://econom.univ.kiev.ua/departments/ieam/bac/</a></b>
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми (з врахуванням	<b>Підготовка магістрів маркетингу, які володіють</b>

рівня кваліфікації)	інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань / спеціальність / спеціалізація програми)</b>	Управління та адміністрування / Маркетинг / Маркетинг
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	освітньо-наукова прикладна
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	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
<b>Особливості програми</b>	обов'язкова науково-дослідна практика
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	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 у закладах загальної середньої освіти, ЗВО 3–4 рівнів акредитації; в органах державної влади і місцевого самоврядування; в аналітично-інформаційних інституціях; дослідницьких закладах тощо.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжувати освіту на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Викладання здійснюється на основі студенто-центрованого підходу. Контактні годин побудовані у формі лекцій, семінарів, практичних занять. Значна частина навчання здійснюється на основі самостійної роботи за допомогою підручників, фахової літератури та конспектів, консультацій з викладачами. У кожному курсі обов'язковим є виконання самостійного або групового проекту. Останній рік завершується складанням комплексного іспиту з маркетингу та публічним захистом магістерського дослідження як кваліфікаційної роботи.
<b>Оцінювання</b>	Письмові та усні екзамени, есе, усні презентації, диференційований залік, захист самостійних та групових проектів, контрольні роботи, випусковий екзамен, захист магістерської роботи.
<b>6 – Програмні компетентності</b>	



<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.</p> <p>ЗК3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.</p> <p>ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.</p> <p>ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.</p> <p>ЗК7. Здатність проведення наукових досліджень у сфері сучасного маркетингу на відповідному рівні.</p>
<b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b>	<p>ФК1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.</p>

	<p>ФК10. Здатність зробити внесок у розвиток теорії та практики маркетингу.</p> <p>ФК11. Вміння готувати, презентувати та оприлюднювати результати наукових робіт у сфері сучасного маркетингу.</p> <p>ФК12. Вміння застосовувати знання з педагогіки і психології у навчально-виховному процесі у вищих навчальних закладах освіти.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
<p><b>Програмні результати навчання</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</li> <li>2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</li> <li>3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.</li> <li>4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</li> <li>5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.</li> <li>6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.</li> <li>7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</li> <li>8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</li> <li>9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</li> <li>10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.</li> <li>11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</li> <li>12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</li> <li>13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і</li> </ol>

	<p>мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>15. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.</p> <p>16. Застосовувати наукові підходи і методи для генерування нових ідей та формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.</p> <p>17. Застосовувати педагогічні технології на рівні, достатньому для реалізації розроблених програм навчальних дисциплін за спеціальністю у вищих навчальних закладах.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</b>	До викладання дисциплін англійською мовою допускаються працівники, що мають щонайменше рівень B2 володіння англійською мовою
<b>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</b>	–
<b>Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення</b>	–
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	–
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	–
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних підставах



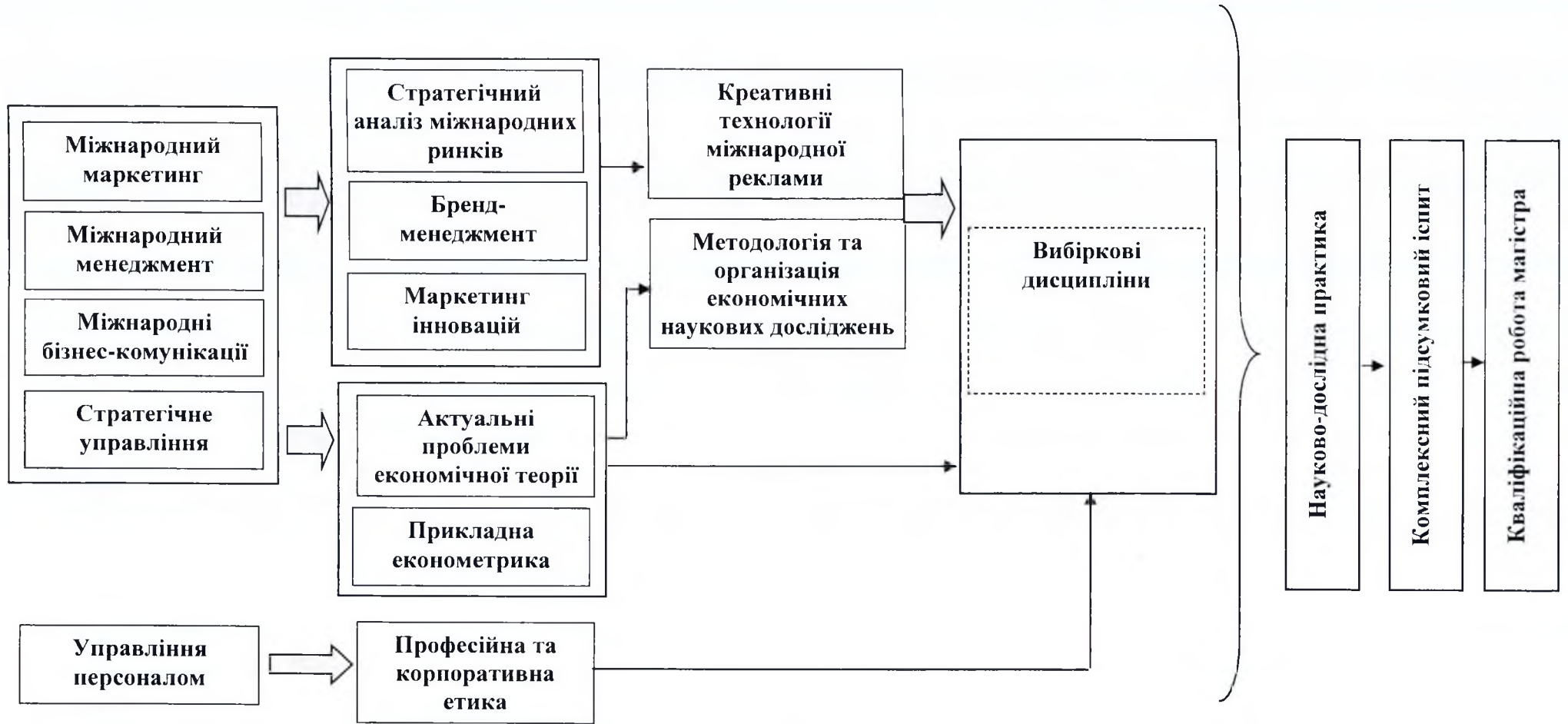
## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ/НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ОК 1.	Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності)	6,0	Іспит
ОК 2.	Професійна та корпоративна етика	3,0	Залік
ОК 3.	Актуальні проблеми економічної теорії	4,0	Іспит
ОК 4.	Прикладна економетрика	4,0	Залік
ОК 5.	Міжнародний маркетинг	6,0	Іспит
ОК 6.	Маркетинг інновацій	5,0	Іспит
ОК 7.	Міжнародний менеджмент (International Management)	6,0	Іспит
ОК 8.	Креативні технології міжнародної реклами	6,0	Іспит
ОК 9.	Стратегічне управління (Strategic Management)	6,0	Іспит
ОК 10.	Стратегічний аналіз міжнародних ринків	8,0	Іспит
ОК 11.	Курсова робота зі "Стратегічного аналізу міжнародних ринків"	1,0	Залік
ОК 12.	Міжнародні бізнес-комунікації	6,0	Іспит
ОК 13.	Комплексний підсумковий іспит		Іспит
ОК 14.	Кваліфікаційна робота магістра	9,0	Захист
ОК 15.	Науково-дослідна практика	6,0	Диф. залік
ОК 16.	Управління персоналом	6,0	Іспит
ОК 17.	Бренд-менеджмент	5,0	Іспит
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>87,0</b>	

<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ВБ 1.1.	<i>Кластер спеціалізації "Управління бізнесом"</i>		
Включає дисципліни за вибором наступної тематики: маркетинг послуг, самомаркетинг, маркетингове консультування, start-up маркетинг, маркетингове планування, сучасні питання управління бізнесом			
ВБ 1.2.	<i>Кластер спеціалізації "Маркетинг публічного сектору"</i>		
Включає дисципліни за вибором наступної тематики: маркетинг державних проєктів, лідерство та персональний розвиток, Public Relations, політичні маркетингові технології, некомерційні маркетингові дослідження, маркетинг публічного та/або неприбуткового сектору			
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>33</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>120</b>	

## 2.2 Структурно-логічна схема ОП





### 3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 "Маркетинг" здійснюється у формі комплексного кваліфікаційного іспиту, публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видючою документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації «магістр з маркетингу» за спеціальністю «Маркетинг».

1. Складання кваліфікаційного іспиту за спеціалізацією "Маркетинг". Іспит здійснюється в письмовій формі, шляхом розв'язання ситуаційних завдань та завдань аналітичного характеру (ПРН3, ПРН4, ПРН9, ПРН10, ПРН12, ПРН15, ПРН16).

2. Захист кваліфікаційної магістерської роботи. На захисті випускної роботи перевіряються вміння застосування маркетингових методів та інструментів в діяльності суб'єктів господарювання будь-якої сфери економічної діяльності (ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН7, ПРН9, ПРН10, ПРН11, ПРН12, ПРН15, ПРН16).

3. Рішенням екзаменаційної 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 спеціалізацією та дисциплін вільного вибору студента за спеціалізацією з оцінками не нижче 75 балів;

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

в) проходження стажування (факультативно) на підприємствах, організаціях та установах (відповідно до Положення про стажування) з оцінками не нижче 75 балів;

г) надання довідки-характеристики з підприємства, організації, установи щодо роботи за фахом або стажування на первинних посадах відповідного рівня протягом не менше 240 годин.



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

	Компоненти освітньо-наукової програми																		
	Обов'язкові																Вибір- кові		
	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.	ОК 17.	ВБ 1.1.	ВБ 1.2.
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.	+	+	+																



ОРИГІНАЛОМ ЗГІДНО  
Керівник відділу діловодства  
та архіву  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

*С.І.Кен. Дайнеко*