

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор

_____ (Володимир БУГРОВ)
«_____» _____ 2026 р.

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

Рівень вищої освіти: другий

на здобуття освітнього ступеню: магістр

за спеціальністю D5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради
від «___» _____ 20__ р.
протокол № ____

Введено в дію наказом
від «___» _____ 20__ р. за № ____

Київ 2026 р.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВНУТРІШНЮ ТА ЗОВНІШНЮ АПРОБАЦІЮ

А. Рецензії представників академічної спільноти

Федорченко Андрій Васильович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Рецензія є позитивною.

16.02.2026 р.

Райко Діана Валеріївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Рецензія є позитивною.

17.02.2026 р.

Б. Відгуки представників професійних організацій

Чуприна Наталія Миколаївна – доктор економічних наук, професор, виконавчий директор та член правління Громадської організації «Об'єднання маркетологів України», декан економічного факультету Українського державного хіміко-технологічного університету.

Рецензія є позитивною.

11.02.2026 р.

В. Відгуки представників ринку праці

Іваненко Юлія Миколаївна – директор ТОВ "Компанія "Бізнес-юніт".

Рецензія є позитивною.

17.02.2026 р.

Рябенко Владислав Петрович – директор ТОВ «ДАЙМОНДВОТЕР», ГО «ВІДКРИТИЙ УРЯД».

Рецензія є позитивною.

21.02.2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проєктної 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 та/або професійну діяльність, яка відповідає предметній області програми (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)
Керівник проєктної групи						
Старостіна Алла Олексіївна	професор кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування	Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченка, 1976 р., спеціальність — політична економія, кваліфікація — економіст, викладач політичної економії	доктор економічних наук, 051 — економіка (08.06.02 — підприємництво, менеджмент, маркетинг), «Методологія і практика маркетингових досліджень в Україні», ДД № 000958 від 08.12.1999 р., професор кафедри промислового маркетингу, ПР № 000189 від 26.10.2000 р.	46 років	Всього публікацій наукового та навчально-методичного характеру — 382 , з них 36 підручників та навчально-методичних посібників, 13 монографій, у тому числі видані в країнах ЄС, 171 стаття у фахових та наукометричних виданнях, у т.ч. 10 статей у Scopus, 5 у Web of Science. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів — 125. - Керівник науково-дослідної групи «Стратегії міжнародного співробітництва за умов поглиблення регіональної економічної співпраці». - Керівник та учасник міжнародних дослідницьких проєктів. - Під керівництвом захищено: 23 — кандидатів наук, 3 — докторів наук. - Заслужений діяч науки і техніки України (2009р.) - Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки за комплекс	1. British Council Ukraine, Оксфордський Університет. Creative Spark-Select Upper-Intermediate. 04.02.2021. м. Київ. Сертифікат б/н. 2. British Council Ukraine, Оксфордський Університет. Creative Spark-Select Advanced. 09.04.2021. м. Київ. Сертифікат б/н. 3. Підвищення кваліфікації без відриву від виробництва за програмою «Роль гарантів освітніх програм у розбудові внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти» на базі Київського національного університету імені Тараса

				підручників з маркетингу (2011р.). - Голова Спеціалізованої Вченої ради Д 26.001.12 за 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 МВА» 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.	Шевченка. 03-04, 10-11 березня 2021 р. Сертифікат №83-21 від 11.03.2021р. з обсягом навчального часу 30 академ. год./1 кредит ECTS.
--	--	--	--	--	--

				- Науковий керівник переможців Всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт з міжнародної економіки та маркетингу – 7 осіб. <u>Основні публікації за останні 5 років:</u> 1. Starostina, A., Kochkina, N., Adami, C. (2022). Economic Intelligence Index and Trade Flow Analysis. <i>Journal of International Studies</i>, 15 (2), 2022. https://doi.org/10.14254/2071-8330.2020/15-2/1. 2. Starostina, A., Kravchenko, V., Petrovsky, M. (2022). An Innovative Technique to Define Marketing Research Objective <i>TEM Journal</i>, 11(2), 955-963; https://doi.org/10.18421/tem112-59. 3. Prygara, O., Nagachevska, T., Starostina, A., Kuzioma, O., Moskalyuk, N. (2023). Strategy for promoting innovative products in international markets. <i>Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research</i>, 13(1), 222-228. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/1301/papers/A_prygara.pdf. 4. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб./За заг. Ред. А.О. Старостіної. Київ:Видавництво Ліра-К, 2024. 484. 5. Starostina, A., Panasiuk, Yu. Marketing consulting and flexible emergency decision-making under conditions of uncertainty: an empirical review of ukrainian business. (2025). <i>Економічний</i>	
--	--	--	--	---	--

					вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет», 2, 218-223. https://doi.org/10.32434/2415-3974-2025-22-2-218-223	
Члени проєктної групи						
Руденко Наталя Валентинівна	завідувач кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування	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 12Д№027169 від 20.01.2011р.	26 років	Всього публікацій наукового та навчально-методичного характеру – 89, з них 4 навчальні посібники, 12 навчально-методичні комплекси, 40 статей у фахових та наукометричних виданнях, у т.ч. 4 статті у Scopus, 2 у Web of Science. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів – 40. <u>Основні публікації за останні 5 років:</u> 1.Starostina, A., Zhurylo, V., Yarosh-Dmytrenko, L., Sereda, V., Kuzioma, O., Rudenko, N. (2022). Transformation of consumer motivations in the ukrainian market of high technology products <i>AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research</i>, 12/02-XXVIII, 168-172. 2. Lisogor L, Rudenko N., Ivashenko S. (2023). Educational and Occupational Potential of Ukraine: Main Challenges and Ways of Improvement Under Current Conditions <i>«Демографія та соціальна економіка»</i>, No 1 (51), p.23-40 3. Omelianenko, V. Omelyanenko, O. Kudrina, S. Lytvynenko, V. Voronenko and N. Rudenko, (2024) Digital Infrastructure Business Model: Innovation Ecosystem Framework, 2024	1. Онлайн вебінар 17.02.2022 «Practical Tips for EdTech in Higher Education». Сертифікат б/н виданий British Council in Ukraine від 17.02.2022 в обсязі 1.5 академічних годин. 2. Підвищення кваліфікації без відриву від виробництва 25-30.07.2022, тренінг «Україна – кандидат до вступу в ЄС: нові виклики та можливості» на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка Інституту Міжнародних відносин за сприяння фонду Жана Моне. Сертифікат б/н в обсязі 60 академічних годин / 2 кредити ECTS. 3. 06.03.2023 - 14.04.2023 від UwB, (Польща) «Teaching and research in a contemporary universiti: challenges, solutions and perspectives» (6 ECTS).

					47th MIPRO ICT and Electronics Convention (MIPRO), Opatija, Croatia, 2024, pp. 973-976. 4. Руденко Н.В. Заваденко О. М.(2024) Перспективи виходу українського бізнесу в креативних індустріях на європейський ринок. <i>Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»</i>, №29, С.23-27. 5. Kochkina, N., Floris, M., Yarosh-Dmytrenko, L., & Rudenko, N. (2026). Ukraine's Cultural Evolution: Unveiling Profound Shifts Through the Lens of War-Driven Migration. In Presbitero, A., Taras, V. (Eds.), <i>Handbook of Cross-Cultural Management</i>. Edvard Elgar, pp. 2-31.	Сертифікат № 54, 180 академічних годин / 6 кредитів ECTS, виданий 14.04.2023 р. 4. 11.11.2024-21.11.2024 від NAWA (Польща) підвищення кваліфікації (робочий візит) в Університеті Ніколая Коперника в Торуні. Сертифікат б/н від 21.11.2024
Біловодська Олена Анатоліївна	професор кафедри маркетингу і бізнес- адміністру- вання	Сумський державний університет, 2001 р., спеціальність – фінанси, кваліфікація – економіст	доктор економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), «Методологічні засади маркетингової політики розподілу інноваційної продукції промислових підприємств», ДД № 008698 від 20.06.2019 р., професор кафедри	22 роки	Всього публікацій наукового та навчально-методичного характеру – 544, з них 21 підручників та навчальних посібників, 4 курсів лекцій, 8 конспектів лекцій, 25 методичних вказівок та навчально-методичних комплексів, 195 статей у фахових та наукометричних виданнях, у т.ч. 21 стаття у Scopus, 20 у Web of Science. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів – 233. - Керівник та виконавець науково-дослідних робіт. - Під керівництвом захищено 3 кандидати економічних наук. - Стипендіат КМУ (2006, 2012 рр.).	1. Сертифікат № (QAA)/2022 від 03.02.2022 р. з 31.01 по 03.02.2022 тренінг Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти спільно з Британським агентством QAA за підтримки British Council Україна «Галузевий аспект акредитації: міжнародний досвід» для членів галузевих експертних рад (1 кредит ЄКТС). 2. Сертифікат № 285 від 14.02.2022 р. з 09 по 10 лютого 2022 р. “Онлайн-

			маркетингу та комунікаційного дизайну, АП № 002406 від 09.02.2021 р.	- Член ГЕР 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг» (2019-2022 рр.). - Експерт Міністерства освіти і науки України, Національного фонду досліджень України, Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. - Член редколегії фахових журналів, у т.ч. з індексацією у МНБД Scopus, WoS «Problems and Perspectives in Management», «Innovative Marketing», «Економіка розвитку» та ін. - Член ГО «Об'єднання маркетологів України», «Українська асоціація логістики», «Прогресильні». - Член журі II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальностей 075 «Маркетинг» (2010-2012 рр., 2014 р.), «Логістика»; (2018-2019 рр.). - Член конкурсної комісії II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальностей «Маркетинг» (2013-2019 рр., 2021-2022 р.), «Логістика» (2018 р.), 076 «Підприємництво та торгівля» (2025 р.). - Член журі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти зі спеціальностей «Маркетинг» (2017-2018 рр., 2021-2024 рр.), «Управління інноваційною діяльністю» (2016-2017 рр.). - Науковий керівник переможців Всеукраїнських конкурсів студентських наукових та кваліфікаційних робіт з маркетингу та логістики – 24 особи.	семінар для підготовки експертів з питань акредитаційної експертизи освітньо-професійних програм фахової передвищої освіти», Державна освітня установа «Навчально-методичний центр з питань якості освіти», (1 кредит ЄКТС). 3. Сертифікат № ЦІВО-0035 від 23.06.22 р. онлайн семінар 23.06.2022 р. «Цифрові інструменти GOOGLE для вищої освіти», ТОВ «Академія цифрового розвитку» (0,07 кредити ЄКТС). 4. Сертифікат ОТМЮО-00248 від 29.06.2022 р. онлайн тренінг «Можливості YOUTUBE для освіти», ТОВ «Академія цифрового розвитку», (0,07 кредити ЄКТС). 5. Сертифікат 120knuewbg програма з 25.07 по 05.08.2022 р. KNU educator's week by Genesis для викладачів КНУ імені Тараса Шевченка (1 кредит ЄКТС). 6. Сертифікат № 1240 від 05.12.2022 р. підвищення кваліфікації з 21.11 по 27.11.2022 р. «Бренд науковця у цифровому
--	--	--	--	--	--

				<u>Основні публікації за останні 5 років:</u> 1. Bilovodska, O., Boienko, O., Omelchenko, V., Kostynets, Iu., Ievseitseva, O., Omelchenko, H. (2022). Marketing Digital Strategy for Promoting Brand of Global Retailer Achieving Sustainability. <i>Review of Economics and Finance</i>, 20, 647-653. https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.75. 2. Bilovodska O., Kravchuk T., Ponomarenko I., Bliumska-Danko K., Kononenko A. (2024). Artificial intelligence for marketing product strategy in the online education market. <i>Economics of Development</i>, 23(3), 18-31. https://doi.org/10.57111/econ/3.2024.18. 3. Bilovodska O., Ivanchenko K., Ponomarenko I., Shatskaya Z., Budiakova O. (2024). Digital Promotion as Innovative Business Management Technologies of Retail Chains. <i>Data-Centric Business and Applications</i>, 195 (1): Semenov A., Yepifanova I., Kajanová J. (eds). Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. Springer, Cham, 297-313. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_13. 4. Golovnina, O., Mazur, I., Bilovodska, O., Denysenko, M., Prokopenko, K. (2025). Marketing of values in the human capital formation hierarchy: Structural transformation and impact assessment. <i>Economics of Development</i>, 24(2), 134-149. https://doi.org/10.63341/econ/2.2025.134.	світі” (1 кредит ЄКТС). 7. Підвищення кваліфікації за програмою «Роль гарантів освітніх програм у розбудові внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти» Київського національного університету імені Тараса Шевченка (3 кредити ЄКТС, з 13.02.2023 р. по 10.03.2023 р., сертифікат № KU 02070944/000121-23 від 10.03.2023 р.). 8. Тренінг для керівників експертних груп у рамках підвищення кваліфікації експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (1 кредит ЄКТС, з 05.05.2023 р. по 31.05.2023 р., сертифікат № 291/2023 (242) від 31.05.2023 р.). 9. Навчання за програмою Всеукраїнського форуму «Дні освітнього лідерства» (1 кредит ЄКТС, з 01.06.2023 р. по 03.06.2023 р., сертифікат AP 844/0139-23). 10. CRASH course «The digital economy as an element of sustainable development of the enterprise» (1 кредит ЄКТС, з 21.08.2023 р. по
--	--	--	--	--	--

					5. Bilovodska, O., Boienko, O., Kiziloglu, M. (2026). Internal marketing as a strategic tool for developing innovative and managerial potential and enhancing the competitiveness of business entities. <i>Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics</i>, 1(228), 19-29. https://doi.org/10.17721/1728-2667.2026/228-1/3.	24.08.2023 р., сертифікат № CR015-2023). 11. Проект з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge від UGEN: Адаптивність та гнучкість викладача (0,27 кредити ЄКТС, з 29.08.2023 р. по 31.08.2023 р., сертифікат № 278). 12. Тренінг для експертів із написання звіту про результати акредитаційної експертизи у рамках підвищення кваліфікації експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (1 кредит ЄКТС, з 08.09.2023 р. по 26.09.2023 р., сертифікат № 464/2023 (260) від 26.09.2023 р.). 13. ОПП «Науково-педагогічні працівники університетів, академій, інститутів», ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти (6 кредитів ЄКТС з 27.03.2023 р. по 27.10.2023 р., свідоцтво СП 35830447/2316-23 від 27.10.2023 р.).
Пригара Ольга	доцент кафедри	Національний технічний	кандидат економічних	23 роки	Всього публікацій наукового та навчально-методичного характеру	1. Програма підвищення кваліфікації працівників

Юрїївна	маркетингу і бізнес- адміністру- вання	університет України «Київський політехнічний інститут», 2002 р., спеціальність – маркетинг, кваліфікація – магістр з маркетингу	наук, 08.05.01 - світове господарство і міжнародні економічні відносини. «Привабливість міжнародних товарних ринків в умовах глобалізації світогосподарських процесів», ДК № 039422 від 15.02.2007 р. доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу, АД № 002252 від 23.04.2019 р.	– 85, з них 2 підручники, 4 навчальні посібники, 9 навчально-методичні комплекси, 44 статті у фахових та наукометричних виданнях, в т.ч. 3 статті у Scopus, 5 у Web of Science. - Загальна кількість конференцій, круглих столів та бізнес-форумів - 22 - Наукове консультування студентів, команд-переможців Міжнародного студентського конкурсу «Retail New Wave» (2013р.), Міжнародного студентського конкурсу рекламних, PR та Start Up проєктів "Золотий компас" (2014р.) та міжнародного дослідницького проєкту X-Culture (2013 р.) - Науковий керівник переможця Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу (2022 р.). - Член ГО «Об'єднання маркетологів України». <u>Основні публікації за останні 5 років:</u> 1. Prygara, O., Nagachevska, T., Starostina, A., Kuzioma, O., Moskaluk, N. (2023). Strategy for promoting innovative products in international markets. <i>Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research</i> , 13(1). https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/1301/papers/A_prygara.pdf . 2. Kochkina, N., Mashchenko, S., Yarosh-Dmytrenko, L., Prygara, O., & Gatto, G. (2023). War as a catalyst: Ukraine's inspiring narrative for “Made in Ukraine” pharmaceuticals in the German market. <i>Access to Justice in Eastern Europe</i> , 4(21).	закладів вищої освіти (Genesis) за навчальним курсом «Маркетинг ІТ- продуктів». (2 кредити ЕКТС). 03-14.02.2025. Сертифікат № 003/0302- 2025. 2. Учасник круглого столу «Використання штучного інтелекту в освіті» (0,2 кредити ЕКТС). Сертифікат №1889 від 14.06.2023. 3. KNU Educators' Week by Genesis на базі КНУ імені Тараса Шевченка. 25.07.22-05.08.2022. Сертифікат knuewbg від 05.08.2022. 4. Наукове стажування «The English Mediated Instruction - Academic Skills in English Summer School» Masaryk University, Чехія. 18.07.2022-22.07.2022. Сертифікат від 22.07.2022. 5. ТОВ «Академія цифрового розвитку». 04-18.10.2021. Курс «Цифрові інструменти Google для закладів вищої, фахової передвищої освіти», Сертифікат № 11GW-124 від 19.10.21. 6. ГС «Освіторія».
---------	---	---	---	--	--

				https://doi.org/10.33327/AJEE-18-6.4-a000473 3. Prygara, O., Yarosh-Dmytrenko, L. (2021). Innovations in positioning of services. <i>European Journal of Economics and Management</i> , 7 (1), 57-63. 4. Bilovodska, O., Prygara, O., Rudenko, N., Yarosh-Dmytrenko, L., Bliumska-Danko, K., Ponomarenko, I. (2026). University Rankings and Students' Perception of Educational Quality as Drivers of Reputation and Enrollment Strategy in Service Marketing. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) <i>Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies</i> , vol 272. Springer, Cham, pp. 193–210. https://doi.org/10.1007/978-3-032-06608-4_10	Вебінар «Ефективний зв'язок онлайн». Сертифікат № 21/03.3.0119 від 21.03.2020.
--	--	--	--	--	--

При розробці проєкту освітньої програми враховані вимоги:

1. Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.
2. Тимчасового Стандарту вищої освіти зі спеціальності D5 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Рішенням Вченої ради Київського національного університету імені Тараса Шевченка від «27» січня 2025 р., протокол № 6.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг»

«Marketing»

зі спеціальності D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Ступінь вищої освіти: Магістр Спеціальність: D5 Маркетинг Degree: Master Specialty: D5 Marketing
Мова(и) навчання і оцінювання	Українська Ukrainian
Обсяг освітньої програми	120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки
Тип програми	освітньо-наукова
Тип диплому	диплом ЗВО
Повна назва закладу вищої освіти, а також структурного підрозділу у якому здійснюється навчання	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна Економічний факультет Кафедра маркетингу і бізнес-адміністрування Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine Faculty of Economics Department of Marketing and Business Administration
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	Сертифікат про акредитацію Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти України, №322 від 26.05.2020 року (термін дії до 26.05.2025 року, пролонговано до 2026 р.) ОП Маркетинг, ID 27722
Цикл/рівень програми	НРК України – 7 рівень , FQ-EHEA – другий цикл EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Можуть вступати особи, що здобули освітній ступінь «бакалавр», «магістр» та освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст» будь-якої галузі знань
Форма здобуття освіти	Денна

Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/%d0%bc%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3/
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми (з врахуванням рівня кваліфікації)	Підготовка магістрів, які володіють унікальними знаннями, вміннями та навичками управління сучасним підприємництвом, діагностики ринкового стану суб'єктів господарювання в умовах турбулентності глобального бізнес-середовища; організації та здійснення маркетингових досліджень національних та міжнародних ринків на основі виявлених управлінських проблем, збору первинної інформації; виявлення моделей ринкової поведінки споживачів; розроблення стратегій ринкової та продуктової діяльності з позицій концепції соціально етичного маркетингу; прийняття гнучких екстрених управлінських рішень
3 - Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області (галузь знань / спеціальність / спеціалізація (за наявності) програми)	<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> 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 здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно категорійний 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. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	освітньо-наукова прикладна
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта з маркетингу. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження національних та міжнародних ринків, ринкова стратегія, продуктова стратегія, стратегічний маркетинг, маркетингове консультування, методологія наукових досліджень, внутрішній маркетинг, управління логістичними операціями, рекламні технології, бренд-менеджмент, самомаркетинг, маркетинг послуг, соціально відповідальний бізнес, старт-ап маркетинг, соціально-етичний маркетинг, циркулярний маркетинг

Особливості програми	Оптимальне поєднання фундаментальної економічної освіти класичного дослідницького університету, з концентрацією на формуванні практичних вмінь та навичок шляхом оволодіння унікальних власних авторських методик та інструментів прийняття управлінських рішень щодо ринково-продуктової стратегії суб'єктів господарювання на національних та міжнародних ринках у тісній співпраці з лідерами українського бізнесу; обов'язкова науково-дослідна практика; викладання ряду дисциплін англійською мовою; активна участь магістрів в науковій роботі (написання спільних статей, участі в міжнародних та національних конкурсах, зборі первинної маркетингової інформації)
4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця за різними видами підприємницької діяльності, в тому числі на українських та міжнародних підприємствах та компаній різних видів економічної діяльності, в науковій, організаційно-управлінській та освітній галузях; на викладацьких та інших посадах у закладах загальної середньої освіти, ЗВО; в органах державної влади і місцевого самоврядування; в аналітично-інформаційних інституціях; дослідницьких закладах тощо
Подальше навчання	Можливості продовження освіти на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти та набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання здійснюється на засадах проблемно-орієнтованого та студенто-центрованого навчання із застосуванням інтерактивних, інформаційних та дослідницьких технологій. Навчальний процес відбувається у формі лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, тренінгів, майстер-класів, case study, ділових та рольових ігор, дискусій та мозкових штурмів, самостійної роботи на основі опанування фахової наукової та навчально-методичної літератури, виконання індивідуальних та групових проєктів, завдань науково-дослідної практики, курсових робіт із застосуванням авторських методик, роботи у глобальних віртуальних командах, консультацій із викладачами. Навчання завершується виконанням та публічним захистом магістерського дослідження як кваліфікаційної роботи
Оцінювання	Письмові іспити, заліки, диф. заліки, контрольні роботи, презентації, есе, захист індивідуальних та групових проєктів, захист курсової роботи, захист звіту з науково-дослідної практики, захист кваліфікаційної роботи магістра
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

	ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК 9. Здатність ухвалювати рішення та діяти дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. ФК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу. ФК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

	ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результативність із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПРН16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. ПРН17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів. ПРН18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	До викладання залучаються керівники компаній та спеціалізованих відділів сучасного бізнесу, аналітики консалтингових компаній та викладачі з багаторічним досвідом консалтингової і тренінгової діяльності, здійснення академічних маркетингових досліджень спільно з ГО «Об'єднання маркетологів України», виконання бізнес-проєктів під замовлення українських та міжнародних компаній. До викладання дисциплін англійською мовою допускаються працівники, що мають щонайменше рівень B2 володіння англійською мовою
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+). Здобувачі також мають можливості участі у програмах обміну, міжнародних стажуваннях та програмі подвійного дипломування Університету Мачерата, Італія
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних підставах

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

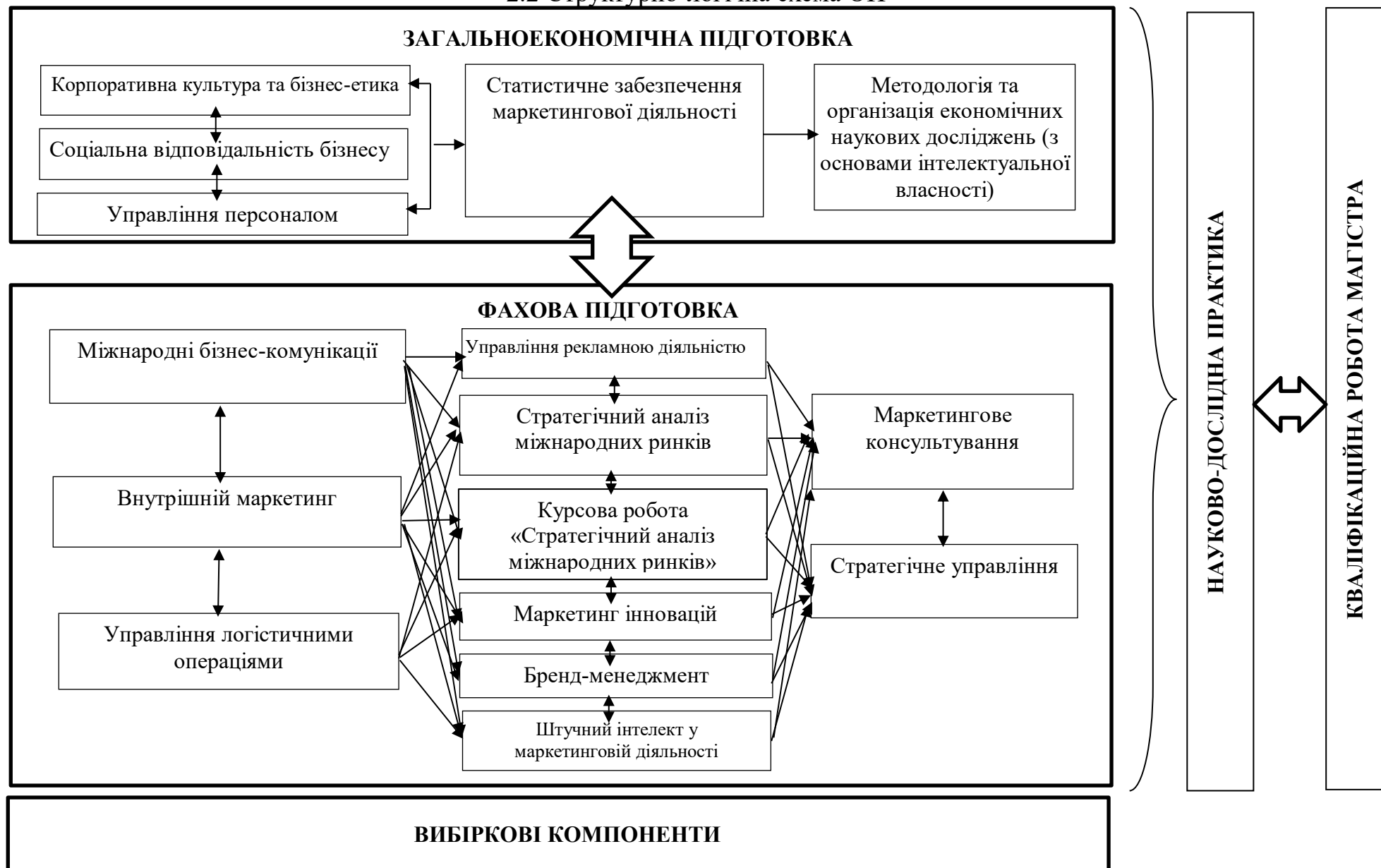
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумко- вого контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності)	6,0	Іспит
ОК 2.	Штучний інтелект у маркетинговій діяльності	3,0	Залік
ОК 3.	Маркетингове консультування	5,0	Іспит
ОК 4.	Статистичне забезпечення маркетингової діяльності	3,0	Залік
ОК 5.	Управління логістичними операціями	5,0	Іспит
ОК 6.	Маркетинг інновацій / Marketing of Innovations (викладається англійською мовою)	5,0	Іспит
ОК 7.	Стратегічний аналіз міжнародних ринків	6,0	Іспит
ОК 8.	Внутрішній маркетинг / Internal Marketing (викладається англійською мовою)	6,0	Іспит
ОК 9.	Управління рекламною діяльністю / Advertising Management (викладається англійською мовою)	5,0	Іспит
ОК 10.	Стратегічне управління / Strategic Management (викладається англійською мовою)	4,0	Іспит
ОК 11.	Курсова робота "Стратегічний аналіз міжнародних ринків"	1,0	Диф. залік
ОК 12.	Управління персоналом	5,0	Іспит
ОК 13.	Бренд-менеджмент	5,0	Іспит
ОК 14.	Міжнародні бізнес-комунікації	5,0	Іспит
ОК 15.	Соціальна відповідальність бізнесу	3,0	Залік
ОК 16.	Корпоративна культура та бізнес-етика	3,0	Залік
ОК 17.	Маркетингове планування бізнесу (викладається англійською мовою)	5,0	
ОК 18.	Науково-дослідна практика	6,0	Диф. залік
ОК 19.	Кваліфікаційна робота магістра	9,0	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		90,0	
Вибіркові компоненти ОП*			
ВК-Д	Вибір з переліку (студент вільно обирає дисципліни загальним обсягом 30 кредитів з переліків)** Передбачає вибір навчальних дисциплін з переліку вибіркових дисциплін економічного факультету та інших факультетів університету та спрямований на поглиблення компетентностей відповідно до професійних інтересів здобувача	30	
Перелік дисциплін оновлюється з урахуванням змін у ринковому середовищі України та світу, сучасних наукових розробок у галузі маркетингу під постійним моніторингом ринку праці та з урахуванням зворотного зв'язку всіх стейкхолдерів освітнього процесу			
Загальний обсяг вибіркових компонент:		30	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		120	

* Згідно з п. 3.7 «Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ» здобувачі освіти мають безумовне право обрати навчальні дисципліни з обов'язкових та вибіркових частин навчальних планів інших спеціальностей того самого рівня, а за умов погодження з деканом факультету /директором інституту – з програм іншого рівня.

** З переліком вибіркових компонент можна ознайомитися на сайті економічного факультету та на сайтах інших факультетів КНУТШ

2.2 Структурно-логічна схема ОП



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації «магістр маркетингу».

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота оприлюднюється в репозиторії Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. До складу атестаційної комісії можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. На захисті випускної роботи перевіряються вміння застосовувати концепції, методи та інструменти маркетингу для результативного та ефективного управління бізнес-процесами в діяльності суб'єктів господарювання (ПРН1 – ПРН17).

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

[illegible]

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	Компоненти освітньо-наукової програми																		
	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.	ОК 18.	ОК 19.
ЗК1.	+			+	+					+							+	+	+
ЗК2.	+	+	+			+		+	+	+			+						+
ЗК3.													+		+			+	+
ЗК4.		+				+			+			+		+					
ЗК5.			+				+	+	+		+	+		+	+	+			
ЗК6.	+	+	+	+			+				+							+	+
ЗК7.						+			+				+	+					+
ЗК8.			+		+	+		+					+				+	+	
ЗК9.	+	+	+				+				+							+	+
ФК1.			+		+		+	+			+						+	+	+
ФК2.					+									+				+	+
ФК3.	+			+			+			+	+								
ФК4.		+				+			+			+	+			+		+	+
ФК5.			+	+				+		+							+	+	+
ФК6.					+			+		+		+			+	+			+
ФК7.			+		+			+				+	+		+		+	+	+
ФК8.			+		+	+		+	+	+						+	+		+
ФК9.	+			+			+				+							+	+
ФК10.	+		+				+				+			+				+	
ФК11.	+		+	+			+				+			+				+	+

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

	Компоненти освітньо-наукової програми																		
	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.	ОК 18.	ОК 19.
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.	+					+						+		+				+	

Гарант ОП _____ (Алла СТАРОСТІНА)