

Шановні колеги, роботодавці, випускники, здобувачі та всі небайдужі!

Запрошуємо до обговорення освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти на 2026-2027 навчальний рік.

Свої пропозиції та побажання щодо змін ОП просимо надсилати до 27.04.2026 року на електронну пошту гаранта mark2@nam.kyiv.ua або керівництва Академії rector@nam.kyiv.ua з поміткою “Пропозиції до освітніх програм”.

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D5 «МАРКЕТИНГ»

1.ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління", факультет економіки, управління та інформаційних технологій, кафедра маркетингу, менеджменту та комерції
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг програми (в кредитах ECTS)	Одиничний, 90 кредитів ECTS
Акредитація	Сертифікат Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти №19276 від 05.12.2025 р. (строк дії до 01.07.2031 р.)
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF-LLL – Level 7; FQ-EHEA – другий цикл
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова викладання	Українська
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – магістр Галузь знань – D3 «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність – D3 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Академічні права	Мають право продовжити навчання на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти (доктора філософії) та набувати додаткові кваліфікації в системі

	післядипломної освіти.
Термін дії освітньої програми	1 рік і 4 місяці
Форма здобуття освіти	Очна (денна, вечірня), заочна
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nam.kyiv.ua/marketing.html
2. МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють інноваційним мисленням, глибокими знаннями та практичними навичками для розробки та впровадження ефективних маркетингових стратегій, інтеграції маркетингових рішень у діяльність підприємств та створення споживчої цінності відповідно до сучасних стандартів.	
3.ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><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/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективною маркетинговою діяльністю.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітня програма має прикладну спрямованість і орієнтована на підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, здатних здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну

	<p>та дослідницьку діяльність. Програма забезпечує набуття компетентностей із використанням сучасних інноваційних підходів, цифрових технологій і методів управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, спрямованих на створення та розвиток споживчої цінності відповідно до сучасних міжнародних стандартів.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Спеціальна освіта за спеціальністю D5 «Маркетинг». Основний фокус програми полягає у підготовці фахівців з інноваційного та стратегічного маркетингу, здатних здійснювати аналітичну, управлінську, проектну та дослідницьку діяльність із використанням сучасних інформаційних систем і методів. Програма орієнтована на формування компетентностей у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємств та створення стійкої споживчої цінності з урахуванням тенденцій сталого розвитку та міжнародних стандартів. Ключові слова: інновації у маркетингу, стратегія, сталий розвиток і ESG, клієнтський досвід (Customer Experience, CX), data-driven marketing, маркетинг майбутнього, digital-технології в управлінні маркетингом, проектний підхід у маркетингу, аналітика та креативність, створення цінності для споживача.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма передбачає набуття здобувачами загальних і професійних компетентностей, необхідних для ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу, що досягається формуванням практичних навичок:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. шляхом реалізації виробничої практики на підприємствах, установах та організаціях усіх форм власності, що передбачає набуття здобувачами загальних і професійних компетентностей, необхідних для ефективного ведення бізнесу та управління суб'єктами ринкових відносин на засадах маркетингу. 2. шляхом візуалізації бізнесу за допомогою побудови маркетингових та операційних бізнес-процесів, управління проектом, командою чи компанією. Застосування методів ділової гри дає змогу в режимі реальності обіграти різні сценарії процесу управління, які за своїми внутрішніми умовами максимально наближені до реального економічного об'єкту. 3. долученості до реалізації проекту за технологією форсайт "Україна - 2040", 4. участю у студентській науковій проблемній групі «Теорія і практика сучасного маркетингу» та «Штучний інтелект та цифрові платформи»; 5. розширеним переліком вибіркового освітніх

	<p>компонент навчальними дисциплінами, що формують soft skills. (додаток 1)</p> <p>Програма готує маркетологів нового покоління — креативних і стратегічних лідерів, які вміють приймати рішення на основі даних, управляти маркетинговими проектами та формувати унікальний клієнтський досвід. Особливий акцент робиться на інноваційному та сталому маркетингу, цифрових технологіях і сучасних підходах до розвитку конкурентоспроможності бізнесу на національному та міжнародному рівнях.</p>
4. ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати за групами професій визначених Національним класифікатором професій ДК 003:2010 (додаток 2)
Академічні права випускників (подальше навчання)	Мають право продовжити навчання на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти (доктора філософії) та набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти.
5. ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання. Основними видами навчальних занять є: лекції, лабораторні, семінарські та практичні заняття, індивідуальна робота, дискусії, бізнес симуляції, проектні роботи, майстер-класи, консультації.</p> <p>Домінуючим методом навчання є акцент на особистісному саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати роботи.</p> <p>Практична підготовка здійснюється шляхом проходження практики здобувачами на підприємствах, в установах та організаціях, що сприяє формуванню розуміння необхідності й готовності до самоосвіти у майбутньому.</p>
Оцінювання	Поточне, підсумкове та атестація.
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.
Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p>

	<p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
7.ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p>

	<p>ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
--	--

8. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ

<p style="text-align: center;">Кадрове забезпечення</p>	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 31.10.2023 р. № 1134). До реалізації програми залучаються науково-педагогічні</p>
---	---

	<p>працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p>
<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Матеріально-технічна база Академії відповідає санітарно-епідеміологічним нормам та вимогам пожежної безпеки провадження освітньої діяльності. В Академії забезпечено умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами.</p> <p>Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії.</p> <p>Освітній процес здійснюється у навчальних корпусах та на базах практик, забезпеченість складає 100%.</p> <p>Забезпеченість комп'ютерами наявного контингенту здобувачів вищої освіти та науково-педагогічного персоналу складає 100%, створено умови до вільного доступу до Мережі Інтернет, в Академії діє Wi-Fi мережа.</p> <p>Освітній процес провадиться за розкладом з дотриманням норм охорони праці.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується соціальною інфраструктурою: науковою бібліотекою, читальним залом, спортивним залом та стадіоном, актовим залом, пунктом громадського харчування, медичним пунктом, гуртожитком, центром студентського самоврядування «SMART STUDENT HUB» та діяльністю Наукового товариства студентів і аспірантів та Ради молодих вчених.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується функціонуванням в Академії інклюзивного універсального дизайну та розумного пристосування для потреб учасників освітнього процесу.</p> <p>Підтримка здобувачів вищої освіти також передбачає інформаційно-іміджевий супровід всеукраїнського молодіжного інформаційного видання – журналу «Я, Студент» та офіційних сторінок у соціальних мережах.</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Освітній процес забезпечується навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки, діяльності видавництва Академії, веб-ресурсам Академії.</p> <p>Науково-педагогічні та педагогічні працівники використовують корпоративне середовище Office 365 (підпрограми Google Meet, Google Class тощо), Zoom та інші для забезпечення освітнього процесу.</p> <p>Науковий супровід забезпечується доступом до участі у наукових заходах, що відбуваються за ініціативи чи підтримки Академії: можливість публікації у науковому</p>

	<p>фаховому виданні «Актуальні проблеми економіки» (категорії Б) та ряду міжнародних науково-практичних конференцій, семінарів та круглих столів.</p> <p>Інформаційне забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти відповідає технологічним вимогам ліцензійних умов щодо цього виду діяльності.</p> <p>В Академії працює веб-сайт, на якому розміщена інформація про її діяльність, освітні програми, силабуси навчальних дисциплін, інформація щодо вступу, вартості навчання, актуальна інформація для здобувачів вищої освіти, новини Академії.</p> <p>Наукова бібліотека Академії використовує електронний каталог.</p> <p>Для перевірки дотримання принципів академічної доброчесності використовуються ліцензійні програмні продукти «Plagiarism Detector» та «Strikeplagiarism».</p>
9. АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється на загальних підставах в межах України на основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти зарубіжних країн.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства.
10. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної задачі або проблеми у сфері маркетингу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути розміщена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії закладу вищої освіти.</p>
11. СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Процедури та заходи	Система внутрішнього забезпечення якості полягає у: 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;

	<p>2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;</p> <p>3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;</p> <p>4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;</p> <p>5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;</p> <p>6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;</p> <p>7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;</p> <p>8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;</p> <p>9) інших процедур і заходів.</p>
12. ВИМОГИ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ	
Професійний стандарт	<p>Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринків збуту (Маркетолог)».</p> <p>На міжнародному рівні EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (EMC), і яка враховує рекомендації Європейської рамки кваліфікацій (EQF) та інших європейських кваліфікаційних проектів.</p>
Особливості стандарту вищої освіти, пов'язані з наявністю даного Професійного стандарту	Перелік компетентностей та програмних результатів відповідає дескрипторам Національної рамки кваліфікацій (НРК), яка співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF) та відповідає критеріям EMQF.

II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

1. Перелік компонент освітньої програми «Маркетинг»

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
1	2	3	4
1. НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1.1. обов'язкові навчальні дисципліни загальної підготовки			
ОЗП-1	Іноземна мова професійного спрямування (англійська мова)	4	екзамен
ОЗП-2	Маркетингові інформаційні системи в управлінні підприємствами	4	диференційований залік
ОЗП-3	Методологія та організація наукових досліджень і академічна доброчесність	6	екзамен
ОЗП-4	Управління проєктами	6	екзамен
	Усього за ОЗП	20	
2. ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ			
2.1. обов'язкові навчальні дисципліни професійної підготовки			
ОПП-1	Інноваційний маркетинг	4	екзамен
ОПП-2	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОПП-3	Маркетинг сталого розвитку	4	диференційований залік
ОПП-4	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОПП-5	Управління споживчим досвідом	4	диференційований залік
	Усього за ОПП	22	
2.2. Вибіркові навчальні дисципліни			
(Перелік вибірових навчальних дисциплін Освітньої програми міститься у Додатку 1)			
ВНД-1	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВНД-2	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВНД-3	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВНД-4	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВНД-5	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
ВНД-6	Навчальна дисципліна за вибором	4	диференційований залік
	Усього за ВНД	24	
2.3. Освітні компоненти практичної підготовки			
ПП-1	Виробнича практика	9	диференційований залік
2.4. Виконання кваліфікаційної роботи та атестація			
КР-1	Виконання кваліфікаційної роботи та атестація (у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи)	15	захист
	Усього за ПП та КР	24	
Всього за освітньою програмою		90	

**2. Структурно-логічна схема освітньої програми
«Маркетинг»**

1 рік		2 рік
1 семестр	2 семестр	3 семестр
ОЗП-1 Іноземна мова професійного спрямування (англійська мова) (4 кредити ECTS)	ОПП-4 Стратегічний маркетинг (6 кредитів ECTS)	ОЗП-3 Методологія та організація наукових досліджень та академічна доброчесність (6 кредитів ECTS)
ОЗП-2 Маркетингові інформаційні системи в управлінні підприємствами (4 кредити ECTS)	ВНД -1 (4 кредити ECTS)	ПП-1 Виробнича практика (9 кредитів ECTS)
ОЗП-3 Управління проектами (6 кредитів ECTS)	ВНД -2 (4 кредити ECTS)	КР-1 Кваліфікаційна робота (15 кредитів ECTS)
ОПП-1 Інноваційний маркетинг (4 кредити ECTS)	ВНД -3 (4 кредити ECTS)	
ОПП-2 Маркетинговий менеджмент (4 кредити ECTS)	ВНД -4 (4 кредити ECTS)	
ОПП-3 Маркетинг сталого розвитку (4 кредити ECTS)	ВНД -5 (4 кредити ECTS)	
ОПП-5 Управління споживчим досвідом (4 кредити ECTS)	ВНД -6 (4 кредити ECTS)	
Усього 30 кредитів ECTS за семестр	Усього 30 кредитів ECTS за семестр	Усього 30 кредитів ECTS за семестр

3. Таблиця пререквізитів, кореквізитів та постреквізитів освітніх компонентів освітньої програми «Маркетинг»

Курс	Семестр	Пререквізити	Освітні компоненти/ Кореквізити	Кількість кредитів	Постреквізити
1	2	3	4	5	6
1	1		ОЗП-1	4	ОПП-4, ВНД-1, ВНД-2, ВНД-3, ВНД-4, ВНД-5, ВНД-6
			ОЗП-2	6	
			ОЗП-3	4	
			ОПП-1	4	
			ОПП-2	4	
			ОПП-3	4	
			ОПП-5	4	
Разом за 1 семестр				30	
1	2	ОЗП-1, ОЗП-2, ОЗП-2, ОПП-1, ОПП-2, ОПП-3, ОПП-5	ОПП-4	6	ОЗП-2, ПП-1, КР-1
			ВНД-1	4	
			ВНД-2	4	
			ВНД-3	4	
			ВНД-4	4	
			ВНД-5	4	
			ВНД-6	4	
Разом за 2 семестр				30	
2	3	ОЗП-1, ОЗП-2, ОЗП-4, ОПП-1, ОПП-2,ОПП-3, ОПП-4, ОПП-5, ВНД-1, ВНД-2, ВНД-3, ВНД-4, ВНД-5, ВНД-6	ОЗП-3	6	КР-1
		ОЗП-1, ОЗП-2, ОЗП-4, ОПП-1, ОПП-2,ОПП-3, ОПП-4, ОПП-5, ВНД-1, ВНД-2, ВНД-3, ВНД-4, ВНД-5, ВНД-6 ОЗП-3	ПП-1	9	КР-1
		ОЗП-1, ОЗП-2, ОЗП-4, ОПП-1, ОПП-2,ОПП-3, ОПП-4, ОПП-5, ВНД-1, ВНД-2, ВНД-3, ВНД-4, ВНД-5, ВНД-6, ОЗП-3, ПП-1	КР-1	15	-
Разом за 3 семестр				30	

4. Розподіл змісту освітньої програми за освітніми компонентами

№ п/п	Групи освітніх компонентів	Обсяг навчального навантаження			
		Обов'язкові освітні компоненти, <i>ECTS</i>	Вибіркові освітні компоненти професійної підготовки, <i>ECTS</i>	Всього, <i>ECTS</i>	%
1	2	3	4	5	6
1	Освітні компоненти загальної підготовки	20	-	20	22
2	Освітні компоненти професійної підготовки	22	24	46	51
3	Освітні компоненти практичної підготовки	9	-	9	10
4	Виконання кваліфікаційної роботи	15	-	15	17
Всього кредитів		66	24	90	100
%		73	27	100	-

III. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ВІДПОВІДНОСТІ

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	<p>ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей</p>	<p>УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог</p> <p>УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності</p>	<p>К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються</p> <p>К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p>АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування</p> <p>АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</p>
Загальні компетентності				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ1	К2	АВ3

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей НРК

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
ПР1	+									+	+							+
ПР2	+	+	+							+	+							+
ПР3	+	+					+		+			+		+				
ПР4	+	+	+				+								+	+	+	
ПР5	+						+		+		+	+						
ПР6	+	+							+	+	+				+	+		
ПР7	+		+	+									+	+	+		+	
ПР8	+		+				+						+					
ПР9	+	+								+			+		+		+	
ПР10	+	+	+												+	+	+	
ПР11	+						+							+	+	+	+	
ПР12	+	+							+					+		+	+	
ПР13	+	+		+										+	+	+	+	
ПР14	+					+	+								+		+	
ПР15	+						+				+	+		+		+		

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	Обов'язкові компоненти										
	ОЗП-1	ОЗП-2	ОЗП-3	ОЗП-4	ОПП-1	ОПП-2	ОПП-3	ОПП-4	ОПП-5	ПП-1	КР-1
ЗК1		+		+		+		+		+	
ЗК2					+		+				+
ЗК3			+	+							+
ЗК4					+		+	+		+	
ЗК5	+					+			+	+	+
ЗК6	+	+	+						+	+	+
ЗК7				+	+					+	
ЗК8				+						+	
СК1					+		+	+			+
СК2	+		+								+
СК3			+						+	+	+
СК4					+	+			+	+	
СК5		+		+				+	+	+	
СК6		+		+	+				+		
СК7		+		+			+	+			
СК8		+		+		+	+				
СК9	+		+							+	+

Компетентності: ЗК – загальні компетентності; СК- спеціальні (фахові) компетентності

**Перелік нормативних документів
на яких базується освітня програма «Маркетинг»**

<p>Нормативні акти України</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конституція України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://bit.ly/3zQ7BJT 2. Закон України «Про вищу освіту». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text 3. Закон України «Про освіту». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19 4. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п#Text 5. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п 6. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003: 2010ДК 003:2010. URL: http://www.dk003.com 7. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності, затвержені постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text 8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затвержені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584)
<p>Професійні стандарти та забезпечення якості</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/PqP 2. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf 3. Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf. 4. EQF-LLL – European Qualifications Framework for Lifelong Learning [електронний ресурс]. – режим доступу: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-efq/files/brochexp_en.pdf 5. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67; 6. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.unideusto.org/tuningeu/. 7. European Marketing Qualification Framework - [електронний ресурс]. – режим доступу: https://numl.org/PqO

**ПЕРЕЛІК ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»**

Здобувач вищої освіти повинен обрати будь-які 6 навчальних дисциплін з переліку:

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-1	Бренд менеджмент	4	диференційований залік
ВК-2	Використання штучного інтелекту в маркетингу	4	диференційований залік
ВК-3	Комерційна діяльність посередницьких організацій	4	диференційований залік
ВК-4	Маркетинг ІТ-продуктів	4	диференційований залік
ВК-5	Рекламний менеджмент	4	диференційований залік
ВК-6	Ритейл-маркетинг	4	диференційований залік
ВК-7	Патентознавство та авторське право у маркетингу	4	диференційований залік
ВК-8	Профайлінг споживачів	4	диференційований залік
ВК-9	Стратегічні комунікації та брендинг	4	диференційований залік
ВК-10	Управління міжнародною конкурентоспроможністю	4	диференційований залік
ВК-11	Digital маркетинг	4	диференційований залік
ВК-12	Data Science у маркетингових дослідженнях	4	диференційований залік
Загальний обсяг вибіркового компонента (6 дисциплін x 4 ECTS)		24	

Примітка 1: Здобувачі вищої освіти мають право вивчати навчальні дисципліни з Освітніх програм інших рівнів вищої освіти, що регулюється п. 6.1. «Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін».

**Групи професій визначених Національним класифікатором професій
ДК 003:2010
для другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»**

Код і назва професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
1233	Керівники підрозділів маркетингу;
1234	Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;
131	Керівники малих підприємств без апарату управління;
1475.4	Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління;
1476.1	Менеджери (управителі) з реклами;
2419	Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;
2419.1	Наукові співробітники