

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

кваліфікація «Магістр маркетингу»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ / _____ /

(протокол № __ від «__» _____ 2020 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з «__» _____ 2020 р.

Харків – 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти **Другий (магістерський)**
Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**
Спеціальність **075 «Маркетинг»**
Кваліфікація **Магістр маркетингу**

Розробники програми:

Прізвище, ім'я, по- батькові	Науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис
Заїка С.О., <i>керівник проектної групи</i>	к.е.н., доцент, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту	
<i>члени проектної групи</i>		
Мандич О.В.	д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій	
Сєвідова І.О.	д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій	
Грідін О.В.	к.е.н., старший викладач ЗВО (кафедра організації виробництва, бізнесу та менеджменту)	

РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО:

Кафедрою маркетингу та
медіакомунікацій

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Завідувач кафедри _____ / _____ /

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою Навчально-наукового
інституту бізнесу і менеджменту

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Голова вченої ради _____ / _____ /

РЕКОМЕНДОВАНО:

Науково-методичною комісією Навчально-
наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Голова науково-
методичної комісії _____ / _____ /

СХВАЛЕНО:

Науково-методичною радою Харківського
національного технічного університету
сільського господарства імені Петра
Василенка

протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Голова науково-
методичної ради _____ / _____ /

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною групою на базі кафедри маркетингу та медіакомунікацій Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка у складі: к.е.н., доцент, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Заїка Світлана Олександрівна (керівник проєктної групи), д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій Мандич Олександра Валеріївна, д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій Севідова Ірина Олександрівна та к.е.н., старший викладач ЗВО (кафедра організації виробництва, бізнесу та менеджменту) Грідін Олександр Володимирович.

Освітньо-професійна програма схвалена науково-методичною радою та затверджена Вченою радою ХНТУСГ.

1. Профіль освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка Навчально-науковий інститут бізнесу і менеджменту Кафедра маркетингу та медіакомунікацій
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
Наявність акредитації	http://new.khntusg.com.ua/wp-content/uploads/2020/01/opp-075-marketing-mag.pdf
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Безстроково
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://new.khntusg.com.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з організації та управління маркетинговою діяльністю підприємств, організацій, установ різних форм для забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в сучасних умовах функціонування в ринковому середовищі, здатних формувати та вирішувати складні практичні завдання, використовуючи комплекс базової теорії, інноваційні моделі та новітні технології прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу.	
3 – Цілі освітньої програми	
<p>1. Підготовка фахівців для підприємств, організацій, установ різних сфер діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, мають комплекс організаційних, аналітичних, проєктних, управлінських та професійних компетентностей, проявляють ділову активність та здатність самостійного прийняття виважених рішень.</p> <p>2. Формування у майбутніх фахівців навичок ініціативності й креативності, потреб до постійного саморозвитку та самовдосконалення, вмінь самостійного поглиблення спеціалізації та проведення наукових досліджень в професійній сфері, здатності швидкої адаптації в сучасних динамічних умовах до викликів, які характеризуються невизначеністю, а також формування високого рівня соціальної відповідальності.</p> <p>3. Забезпечення вітчизняних суб'єктів бізнесу висококваліфікованими фахівцями в сфері маркетингу, здатними генерувати, імплементувати та реалізовувати новітні управлінські моделі в професійній сфері з метою виведення на новий рівень їх виробничо-комерційної діяльності.</p> <p>4. Формування найбільш повного поєднання в моделі «освіта – наука - виробництво» з метою отримання фахівців, які впроваджуватимуть на практиці в професійній діяльності новітні здобутки та кращі результати, отримані в процесі теоретичного навчання та науково-дослідницької роботи.</p>	

4 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p>Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів в різних сферах діяльності.</p> <p>Цілі навчання: 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>Теоретичний зміст предметної області: 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, ринкові технології та моделі бізнес аналітики; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології наукового пізнання, аналітичної обробки інформації, організаційно-технологічного та правового забезпечення, електронного урядування.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців маркетингу, здатних в практичній діяльності використовувати набуті компетентності.
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма орієнтована на підготовку фахівців маркетингу, здатних критично мислити, проявляти креативність та підприємницьку ініціативність, використовувати комунікації в якості базису результативності маркетингових відносин й партнерства в бізнес-середовищі.</p> <p>Міждисциплінарність й багатопрофільність нормативного та вибіркового блоків теоретичної та практичної підготовки фахівців формує комплекс знань та умінь, які повністю охоплюють весь процес провадження виробничо-комерційної діяльності будь-якої організації, що дозволяє фахівцям з маркетингу розширювати професійні компетентності.</p> <p>Унікальністю даної освітньо-професійної програми є використання блокової системи у відповідності до обраної траєкторії вільного вибору напрямів навчання здобувача вищої освіти. При формуванні блоків обрані дисципліни, які є найбільш необхідними в сучасних умовах функціонування суб'єктів бізнесу та користуються у стейкхолдерів найбільшим попитом. Зокрема, крім відомих маркетингових дисциплін (маркетинговий менеджмент, інноваційний маркетинг, стратегічний маркетинг, маркетингове проектування) блок поглибленого вивчення спеціалізованих дисциплін з маркетингу, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнесу, представлений сучасними комунікаціями, маркетинговим партнерством, різними</p>

	медіатехнологіями, маркетинговим аудитом, маркетинговим супроводом проєктів, маркетинговим консалтингом, антикризовим маркетингом, рекламою, бренд-айдентикою та PR, інформаційними кампаніями в маркетингу, міжнародним маркетинговим середовищем. Отримані в результаті навчання за даною унікальною освітньо-професійною програмою компетентності з управління маркетинговою діяльністю, бізнес аналітики, стратегічного й проєктного управління, комунікацій, антикризового мислення, інноваційності та креативності ідей й управлінських рішень, розуміння сучасного вітчизняного й міжнародного бізнес-середовища в повному обсязі відповідає вимогам роботодавців.
5 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Сфери діяльності маркетологів: управління проєктами, формування товарної та цінової політик організації, постачання та збут, поведінка споживача, міжнародні зв'язки, аналіз діяльності (товарних ринків, страхової, банківської, аграрної сфер тощо), рекламне проектування, PR, брендинг, креативний маркетинг, моделювання бізнес-процесів. Можливості працевлаштування в організаціях різних сфер діяльності: виробничі компанії, дилерські мережі, банки, страхові, лізингові, консалтингові організації, рекламні агенції, торгівля та сфера послуг, маркетингові дослідження та аналітика, продажі, логістика, консалтинг, реклама, іміджмейкінг, копірайтинг, сфера забезпечення комунікацій, ЗМІ, маркетингові стратегії та технології, інтернет-маркетинг та створення власного бізнесу. Працевлаштування в організаціях на наступних посадах керівників організацій й структурних підрозділів та спеціалістів (маркетологів, менеджерів, агентів, фахівців): з маркетингу, з питань комерційної діяльності, із зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного маркетингу, з маркетингових досліджень, з продажів та логістики, з реклами та копірайтингу, з консалтингу, з комунікацій, зв'язків з громадськістю, з діджитал- та інтегрет-маркетингу, з бізнес аналітики, з трендингу та мерчандайзингу, з брендингу та бренд – менеджменту, з іміджу та реклами, з інтерв'ювання та промоушн.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами: 9 рівня НРК, третього циклу FQ-EHEA та 8 рівня EQF-LLL
6 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання; проведення лекційних, практичних і лабораторних та семінарських занять, тренінгів; організація майстер-класів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проєктних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Застосовуються інноваційні технології електронного навчання. Проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання.
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тестовий контроль знань, презентація наукової роботи, захист письмових робіт, захист кваліфікаційної роботи, заліки, екзамени. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – 4-бальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівнева національна шкала (зараховано/незараховано); 100-бальна; шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).

7 – 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 (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>ЗК9. Здатність застосовувати новітні інформаційні методи для обробки та аналізу даних.</p> <p>ЗК10. Здатність визначати потреби в достовірній та своєчасній інформації.</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>ФК10. Здатність формувати моделі комунікацій та партнерства в професійній сфері.</p> <p>ФК11. Здатність попереджувати та запобігати виникненню конфліктних ситуацій в процесі здійснення маркетингового комунікацій і партнерства.</p> <p>ФК12. Здатність розробляти та реалізовувати в практичній діяльності маркетингові проекти та стратегії на засадах розуміння напрямів інноваційного розвитку та галузевих особливостей бізнес-суб'єктів.</p> <p>ФК13. Здатність аналізувати маркетингову діяльність суб'єктів в сфері міжнародного маркетингового середовища.</p>

8 – Програмні результати навчання	
ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН 3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН 4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН 5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.
ПРН 6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16	Демонструвати розуміння особливостей комунікацій і партнерства, формувати моделі застосування різних технологій комунікацій в маркетингу, приймати аргументовані рішення щодо використання маркетингового партнерства.
ПРН 17	Визначати конкурентні переваги розвитку суб'єктів від застосування маркетингового проєктування та маркетингового стратегічного управління на основі результатів кращих міжнародних маркетингових практик.
ПРН 18	Розуміти особливості застосування інноваційного маркетингу в різних галузях, генерувати та реалізовувати інноваційні стратегії розвитку бізнес-суб'єктів та оцінювати результативність використання інноваційних технологій в маркетинговому управлінні.
9 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 2 доктори наук, з них: 1 професор і 1 доцент, 2 кандидати наук, з них 1 доцент. Всі розробники є штатними співробітниками Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Гарант освітньо-професійної програми: к.е.н., доцент Заїка С.О. – доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також кваліфіковані спеціалісти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники проходять стажування, в т.ч. закордонні.

Матеріально-технічне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – навчальні корпуси; – гуртожитки; – тематичні кабінети; – кабінет курсового та дипломного проектування; – комп’ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – мультимедійне обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – офіційний сайт ХНТУСГ: http://new.khntusg.com.ua/ ; – офіційний сайт ННІ БМ: http://new.khntusg.com.ua/institute/navchalno-naukovij-institut-biznesu-i-menedzhmentu-nni-bm ; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека ХНТУСГ, читальні зали; – віртуальне навчальне середовище Moodle; – навчальні і робочі плани; – графіки навчального процесу; – навчально-методичні комплекси дисциплін; – навчальні та робочі програми дисциплін; – дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; – програми практик; – методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційних робіт; – критерії оцінювання рівня підготовки; – пакети комплексних контрольних робіт
10 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Договір про творчу співпрацю з Державним університетом Люблінська Політехніка (Польща) від 23 листопада 2016 р.;</p> <p>з закладом освіти «Білоруський державний аграрний технічний університет» (м. Мінск, від 27 лютого 2018, термін дії – 5 років);</p> <p>Deutscher Bauernverband</p> <p>Центрум Дорадництва Едукаційного ТОВ (Республіка Польща, м. Краків, від 23.04.2018)</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно чинного законодавства про підготовку іноземних громадян

**2. Перелік компонент освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг» та їх логічна послідовність**

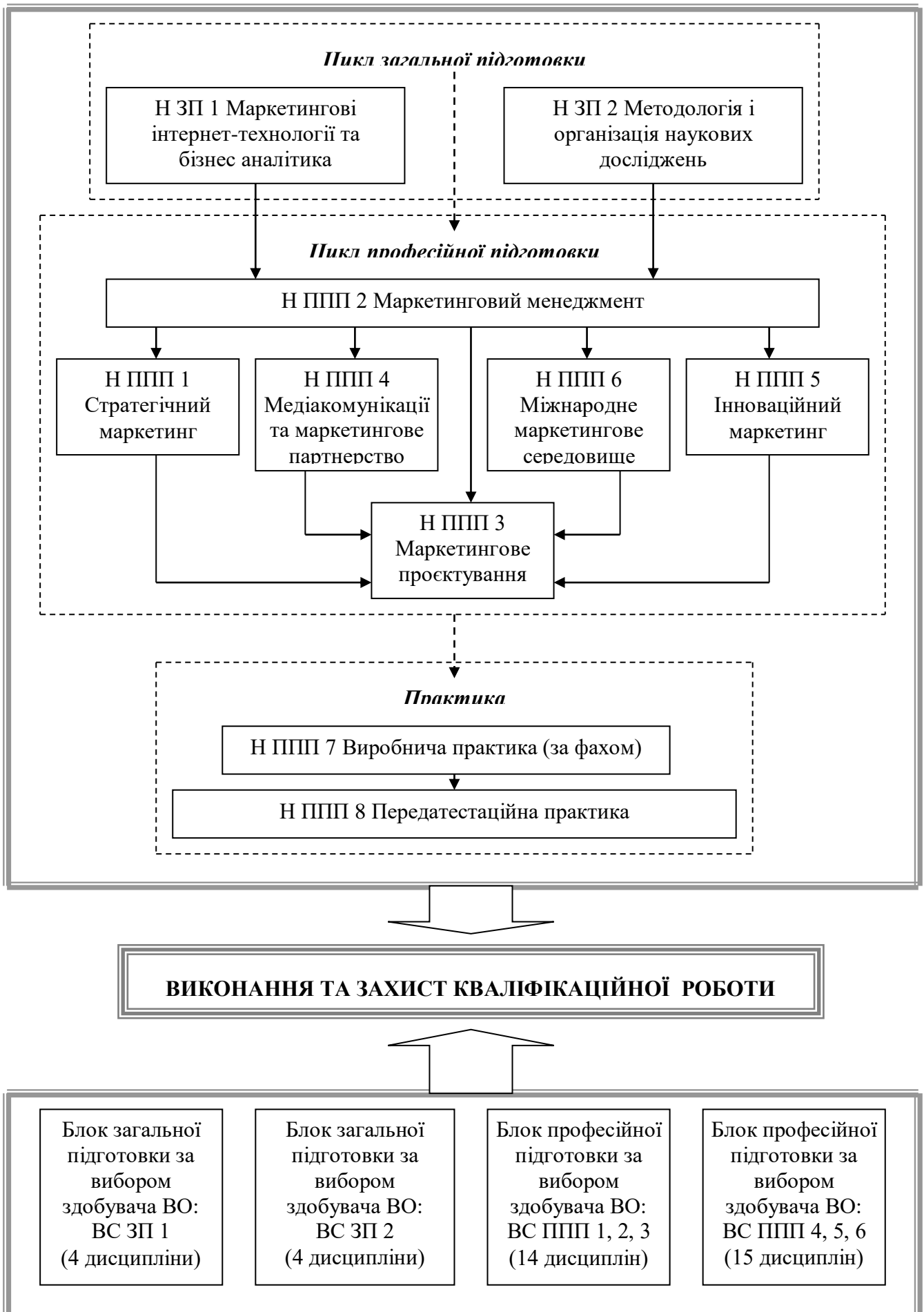
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
Н ЗП 1	Маркетингові інтернет-технології та бізнес аналітика	4,0	Екзамен
Н ЗП 2	Методологія і організація наукових досліджень	3,0	Екзамен
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
Н ППП 1	Стратегічний маркетинг	4,0	Екзамен
Н ППП 2	Маркетинговий менеджмент	5,0	Екзамен
Н ППП 3	Маркетингове проектування	5,0	Екзамен/ курсора
Н ППП 4	Медіакомунікації та маркетингове партнерство	3,0	Екзамен
Н ППП 5	Інноваційний маркетинг	3,0	Екзамен
Н ППП 6	Міжнародне маркетингове середовище	3,0	Екзамен
Практика			
Н ППП 7	Виробнича практика (за фахом)	6,0	Диф. залік
Н ППП 8	Передатестаційна практика	2,0	Диф. залік
Виконання та захист кваліфікаційної роботи		28	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66,0 (73,3%)	
Компоненти освітньо-професійної програми за вибором здобувачів ВО*			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
ВН ЗП 1	Філософія людського спілкування, методика викладання у вищій школі Ділова українська мова Психологія та етика професійної діяльності Корпоративна культура	3,0	Диф. залік
ВС ЗП 2	Охорона праці в галузі Іноземна мова (за професійним спрямуванням) Соціальна відповідальність Риторика	3,0	Диф. залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ВС ППП 1 ВС ППП 2 ВС ППП 3	Управління конкурентоспроможністю підприємства Інтелектуальна власність Управління організаційно-правовою безпекою підприємства Маркетинговий аудит Рекламний менеджмент Управління організаційними змінами та розвитком Економічна діагностика	3,0	Диф. залік

	Фінансовий менеджмент Маркетинговий супровід проєктів Управління інтелектуальним капіталом Адміністративний менеджмент Управління проєктами Маркетинговий консалтинг Соціальний медіамакетинг		
ВС ППП 4 ВС ППП 5 ВС ППП 6	Міжнародний агробізнес Міжнародна інтеграція Управлінська діагностика Антикризовий маркетинг Бренд-айдентика та PR Методологія бізнес-планування Ризик-менежмент Державне регулювання економіки Сегментація та позиціонування Інформаційні кампанії в маркетингу Стратегічне управління Комунікації в бізнесі Глобальна економіка Організація маркетингової діяльності Маркетингова політика в сфері медіа	3,0	Диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент		24,0 (26,7%)	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90,0	

*З метою здійснення студентом права вибору відповідно до статті 62 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 року, пункт; задоволення освітніх і кваліфікаційних потреб студентів, ефективного використання можливостей і традицій Університету, потреб замовника, регіональних потреб тощо вибірові навчальні дисципліни та згідно внутрішнього Положення про формування варіативної складової навчальних планів освітніх програм всі дисципліни, що належать до вибірової складової навчального плану ОП на другому рівні вищої освіти за вибором здобувача, розподіляються за групами.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр маркетингу.

Кваліфікаційна робота виконується на основі поглибленого вивчення спеціалізованої наукової літератури, розуміння новітнього досвіду й використання сучасних технологій в сфері обраної проблематики, за результатами проведених власних досліджень з метою вирішення поставлених теоретичних та прикладних завдань у сфері професійної діяльності.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота є результатом самостійної науково-дослідної діяльності. Кваліфікаційна робота розміщується на офіційному сайті або в репозитарії закладу вищої освіти або його підрозділу. Захист кваліфікаційної роботи здійснюється відкрито і публічно.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Принципи забезпечення якості освіти:

- відповідність європейським і національним стандартам якості вищої освіти;
- системний підхід, який передбачає управління якістю на всіх рівнях освітнього процесу;
- процесний підхід до управління;
- здійснення моніторингу якості;
- постійне підвищення якості;
- залучення здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших зацікавлених сторін до процесу забезпечення якості;
- публічність інформації на всіх етапах забезпечення якості.

Процедурами забезпечення якості освіти є:

- удосконалення планування освітньої діяльності;
- затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм;
- підвищення якості підготовки здобувачів вищої освіти;
- покращення кадрового потенціалу університету;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу;
- розвиток інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про діяльність університету;
- створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях учасників освітнього процесу.

Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм

1. Механізм розробки та затвердження освітніх програм регулюється «Положенням про розроблення, затвердження, моніторинг, перегляд та закриття освітніх програм».

2. Перегляд освітніх програм відбувається за результатами їхнього моніторингу.

3. Критерії, за якими відбувається перегляд освітніх програм, формулюються як у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти, випускниками і роботодавцями, так і внаслідок прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства.

4. Відповідальні за впровадження та виконання освітніх програм: випускова кафедра, науково-методична та вчена ради ННІ, навчальний відділ, вчена рада університету.

Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти

1. Оцінювання якості знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про проведення поточного та семестрового контролю навчання студентів».

2. Критерії оцінювання є обов'язковою складовою навчальної програми дисципліни. На початку семестру науково-педагогічний працівник, який викладає теоретичну частину дисципліни, повинен ознайомити студентів зі змістом, структурою, формою екзаменаційної (залікової) роботи та прикладами завдань попередніх років, а також із системою і критеріями її оцінювання.

3. Для врахування думки студентів щодо якості та об'єктивності системи оцінювання проводяться щорічні анонімні опитування (анкетування) студентів і випускників, а також моніторинг оцінювання ступеня задоволення здобувачів вищої освіти.

4. Результати оцінювання здобувачів вищої освіти обговорюються на засіданні вченої ради та оприлюднюються на офіційному вебсайті університету

5. Відповідальні за впровадження та виконання: дирекція, навчальний відділ, студентська рада, науково-методична рада, центр менеджменту якості університету.

Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників

Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників здійснюється на договірній основі у відповідності до діючої нормативної бази та базується на принципах:

- обов'язковості та періодичності проходження підвищення кваліфікації;
- прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації;
- моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійної діяльності;
- впровадження результатів підвищення кваліфікації чи стажування в наукову та педагогічну діяльність.

Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу

Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби наявного студентського контингенту відповідно до форм навчання. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність та можуть їх використовувати у навчанні.

Для самостійної роботи студентів запроваджено електронний ресурс Moodle, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін. Забезпеченість навчально-методичними матеріалами електронного ресурсу Moodle для кожної навчальної дисципліни становить понад 70%, що відповідає встановленим нормативам.

Наявність інформаційних систем для Ефективного управління освітнім процесом

Ефективному управлінню якістю освітньої діяльності в університеті сприяє автоматизована система управління, яка забезпечує: єдиний механізм у роботі з документами, унеможливорює їх дублювання, допомагає ефективно здійснювати їх пошук, володіючи мінімальною інформацією про них, надає можливість паралельного виконання операцій, що дозволяє скоротити час руху документів і підвищити оперативність їх виконання.

Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації

Достовірна, об'єктивна, актуальна та легкодоступна інформація про навчальний процес за спеціальністю 075 «Маркетинг» публікується на офіційному вебсайті ХНТУСГ, включаючи освітні програми з висвітленням критеріїв відбору на навчання, запланованих результатів навчання за цими програмами, кваліфікації, а також зміст освітніх компонентів.

Запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти

Система забезпечення академічної доброчесності учасниками освітнього процесу в ХНТУСГ, базується на моральних нормах, правилах етичної поведінки та принципах академічної доброчесності:

- сприяння становленню та розвитку партнерських відносин між учасниками освітнього процесу;
- сприяння формуванню та поширенню позитивного іміджу університету;
- збереження та примноження традицій університету, підвищення його престижу власними досягненнями;
- виявлення толерантності та поваги до релігії, культури, звичаїв та традицій учасників освітнього процесу всіх національностей;
- допомоги учасникам освітнього процесу, що опинились в складних життєвих обставинах та ін.
- забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу досягається шляхом функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

Перевірка наукових, навчально-методичних, кваліфікаційних та навчальних робіт на наявність академічного плагіату має на меті запобігання поширенню плагіату в письмових роботах, розвитку навичок коректної роботи із джерелами інформації; дотримання вимог наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, активізації самостійності і індивідуальності при створенні авторського твору та відповідальності за порушення загальноприйнятих правил цитування. Учасники освітнього процесу несуть адміністративну та дисциплінарну відповідальність за не доброчесну поведінку.

5. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
Data for Sustainable Development Goals. ISCED(МСКО) 2013. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

6.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	<p>Знання 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>Уміння 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>Комунікація 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>Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і не передбачуваних 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 - 8			
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) компетентності - 11				
ФК1	ЗН1	УМ1		АВ3
ФК2	ЗН2			АВ3
ФК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
ФК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
ФК5	ЗН1	УМ2		АВ1
ФК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ФК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
ФК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
ФК11			К1	АВ2

7.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

	Н ЗП 1	Н ЗП 2	Н ППП 1	Н ППП 2	Н ППП 3	Н ППП 4	Н ППП 5	Н ППП 6	Н ППП 7	Н ППП 8
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1	+	+	+	+	+	+	+		+	+
ЗК 2	+	+	+	+	+	+	+		+	+
ЗК 3	+	+		+	+					+
ЗК 4	+	+	+	+		+	+			
ЗК 5				+		+			+	
ЗК 6	+	+			+		+	+	+	+
ЗК 7	+	+	+	+	+	+				
ЗК 8	+	+		+	+					+
ЗК 9	+									
ЗК 10	+			+	+					
ФК 1	+		+	+	+		+	+	+	+
ФК 2	+		+	+	+		+	+	+	+
ФК 3	+		+	+	+		+	+	+	+
ФК 4	+		+	+	+	+	+			+
ФК 5	+		+	+	+			+	+	+
ФК 6				+	+		+			+
ФК 7			+	+			+	+		+
ФК 8	+		+	+	+		+			+
ФК 9	+		+	+	+		+	+	+	+
ФК 10						+				
ФК 11						+				
ФК 12			+	+	+		+			+
ФК 13								+		

**7.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
обов'язковими компонентами освітньої програми**

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)																					
		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			
Н ЗП 1	Маркетингові інтернет-технології та бізнес аналітика	+	+																+			
Н ЗП 2	Методологія і організація наукових досліджень			+		+																
Н ППП 1	Стратегічний маркетинг	+	+	+	+							+	+								+	+
Н ППП 2	Маркетинговий менеджмент	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+						+	+
Н ППП 3	Маркетингове проектування	+	+	+	+		+						+								+	+
Н ППП 4	Медіакомунікації та маркетингове партнерство	+							+						+		+					
Н ППП 5	Інноваційний маркетинг	+	+																			+
Н ППП 6	Міжнародне маркетингове середовище	+																			+	
Н ППП 7	Виробнича практика (за фахом)	+	+	+						+												
Н ППП 8	Передатестаційна практика	+	+	+	+					+		+	+									+

Гарант освітньої програми

С.О. Заїка

Ректор

О.В. Нанка

