



Проект

**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ,
ОБЛІКУ ТА АУДИТУ**

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
другого (магістерського) рівня вищої освіти**

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг

1. Профіль освітньої програми

Розділ 1. Загальна характеристика		
1.1	Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національна академія статистики, обліку та аудиту Фінансово-економічний факультет Кафедра менеджменту та маркетингу
1.2	Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр маркетингу
1.3	Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
1.4	Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 5 місяців
1.5	Акредитаційна інституція	Міністерство освіти і науки України
1.6	Наявність акредитації	
1.7	Цикл/рівень	7 рівень Національної рамки кваліфікацій України (НРК України), другий цикл Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA), 7 рівень Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL)
1.8	Передумови	на базі освітнього ступеня бакалавр, спеціаліст, магістр
1.9	Форми навчання	Денна, заочна
1.10	Мова(и) викладання	Українська
1.11	Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
Розділ 2. Цілі освітньо-професійної програми		
2.1	Метою навчання є 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, в тому числі стратегічних маркетингових задач.	
Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми		

3.1	Предметна область (об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів 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; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.
3.2	Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» має прикладну орієнтацію на здійснення маркетингової діяльності в будь-яких підприємствах, зокрема, з використанням методів стратегічного маркетингу. Базується на впровадженні в практику роботи науково-педагогічного працівника різноманітних форм організації навчання, серед яких: семінарські та практичні заняття. Особливої уваги заслуговує організація самостійної роботи студентів, яка посідає важливе місце у професійній підготовці майбутніх фахівців.
3.3	Профіль освітньо-професійної програми та спеціалізації (у разі наявності)	Акцент на формуванні та розвитку професійної компетентності для здійснення маркетингової діяльності, в тому числі з використанням стратегічних методів, з урахуванням сучасних вимог економічного середовища.
3.4	Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну підготовку магістрів маркетингу відповідно до стандарту вищої освіти та вимогам, які визначені в Національній рамці кваліфікацій України. Для вироблення професійних навичок у здобувачів вищої освіти програма містить цикл практичної підготовки з використанням практики. Особливістю програми є підготовка фахівців, які спроможні оцінити та вирішити проблеми за допомогою інструментарію стратегічного маркетингу.

**Розділ 4. Придатність випускників
до працевлаштування та подальшого навчання**

4.1	Придатність до працевлаштування	Магістр маркетингу (згідно класифікатора професій [ДКП 003:2010]) може займати посади: «12 Керівники підприємств, установ та організацій»: 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1239 керівники інших функціональних підрозділів. «13 Керівники малих підприємств без апарату управління» 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні «14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів» 1474 Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами «24 Інші професіонали» 2419.2. Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності
4.2	Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

5.2	Оцінювання	Для реалізації успішності досягнення здобувачами вищої освіти результатів навчання використовуються: екзамени, заліки, захист курсової роботи практики, презентації, поточний контроль, практичні та семінарські заняття, захист кваліфікаційної роботи.
Розділ 6. Програмні компетенції		
6.1	Інтегральна компетентність (ІК)	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
6.2	Загальні компетентності (ЗК)	К1. 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.

6.3	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу СК10. Здатність використовувати інструменти стратегічного маркетингу для вирішення прикладних завдань
	Розділ 7. Програмні результати навчання	
7.1	Програмні результати навчання	ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРНР2. Вміти адаптовувати 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 проектів державною та іноземною мовами. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти 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, проектів 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 результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПРН16. Використовувати інструменти стратегічного маркетингу для здійснення маркетингових досліджень та інших прикладних завдань
	Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
8.1	Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення реалізації програми відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. До викладання навчальних дисциплін залучені науково-педагогічні працівники, які мають науковий ступінь та/або вчене звання за профілем, що відповідає освітній програмі, є провідними фахівцями у менеджменту, мають необхідний стаж наукової та педагогічної роботи, систематично підвищують рівень професійної кваліфікації
8.2	Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база випускової кафедри менеджменту та маркетингу дозволяє забезпечити підготовку фахівців на другому (магістерському) рівні вищої освіти за освітньою програмою: - забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатня для виконання навчальних планів; - усі навчальні комп'ютери оснащені можливістю виходу в глобальну мережу Інтернет; - для ведення документації та забезпечення навчально-методичними матеріалами освітнього процесу кафедра в достатній кількості забезпечена оргтехнікою (принтерами, багатофункціональними пристроями, сканерами);

		- навчальні лабораторії оснащені технічними засобами та спеціалізованим програмним забезпеченням, необхідними приладами та обладнанням. Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, гуртожитком забезпечені усі потребуючі, наявна соціальна інфраструктура включає спортивну залу, пункт харчування, центр творчості, медпункт.
8.3	Інформаційне навчально-методичне забезпечення та	Забезпечення навчальною та навчально-методичною літературою, доступ до фахових періодичних видань професійного спрямування, упровадження електронного каталогу та можливість роботи з електронними підручниками здійснюється за рахунок фондів бібліотеки НАСОНА. Відповідне інформаційне та навчально-методичне забезпечення розташоване в репозитарії НАСОНА.

Розділ 9. Академічна мобільність

9.1	Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здобувачів вищої освіти, наукових і науково-педагогічних працівників, у т.ч. навчання, стажування, проведення наукових досліджень, викладання та підвищення кваліфікації організовується на підставі партнерських угод про співпрацю між Національною академією статистики, обліку та аудиту та закладами вищої освіти в Україні.
9.2	Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність здійснюється на основі договорів про співробітництво між Національною академією статистики, обліку та аудиту та зарубіжними закладами вищої освіти, зареєстрованими, зокрема, у програмі Еразмус+.
9.3	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Створено умови для навчання іноземних здобувачів вищої освіти. Особливості вступу на навчання іноземців та осіб без громадянства регулюються правилами прийому до Національної академії статистики, обліку та аудиту.

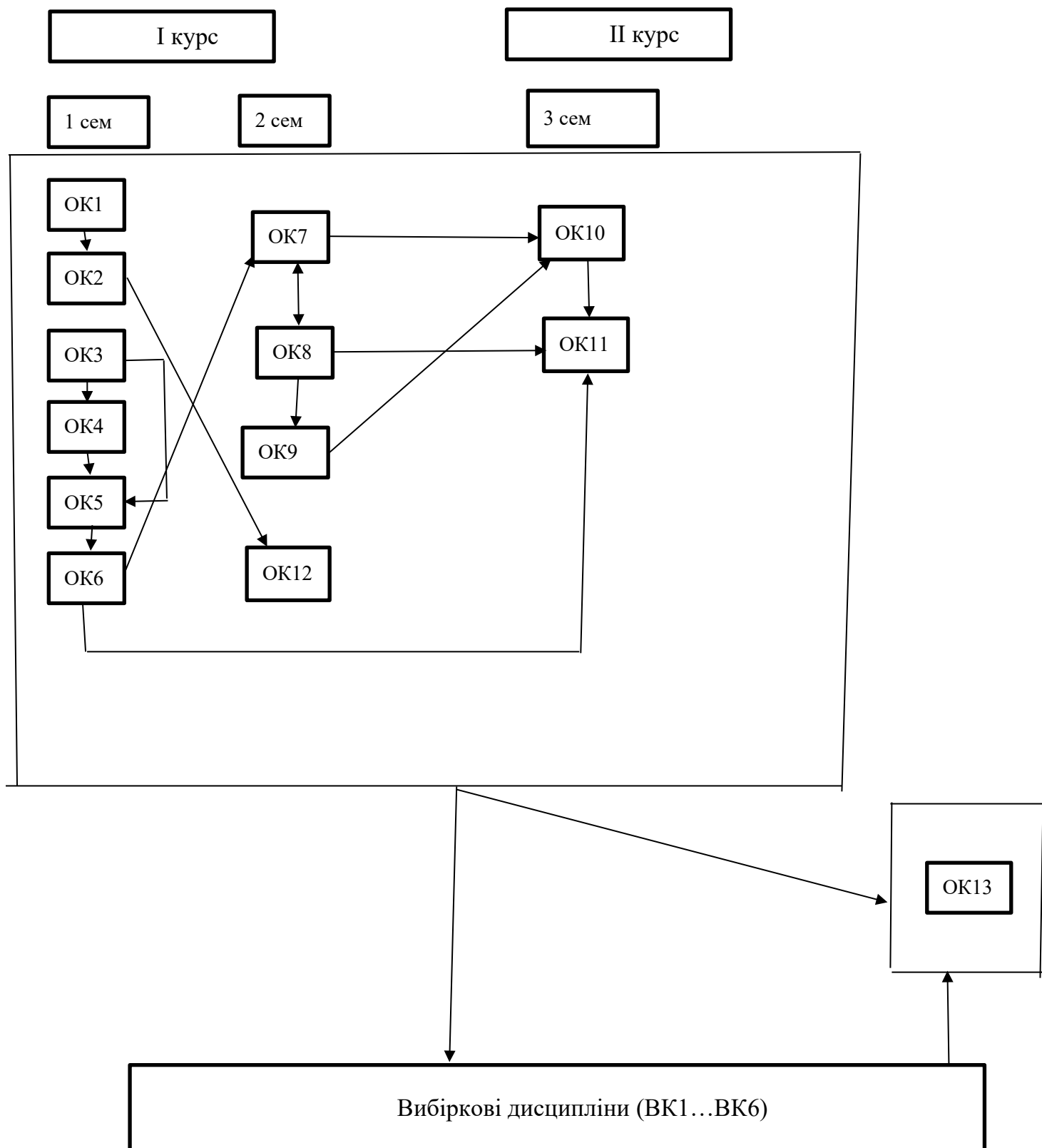
2. Перелік компонент освітньо-професійної / наукової програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік освітніх компонент, 240 кредитів ЄКТС

Код н/п	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти				
ОК 1	Ділові комунікації іноземною мовою	4	екзамен	1
ОК 2	Маркетинг взаємовідносин	4	залік	1
ОК 3	Методологія проведення наукових досліджень	4	залік	1
ОК 4	Стратегічний маркетинг	6	екзамен	1
ОК 5	Курсова робота з стратегічного маркетингу	3	захист	1
ОК 6	Статистичне забезпечення маркетингової діяльності	5	екзамен	1
ОК 7	Управління маркетинговою діяльністю	4	екзамен	2
ОК8	Рекламний креатив	4	залік	2
ОК 9	Маркетинговий аналіз	4	екзамен	2
ОК 10	Управління проектами	4	екзамен	3
ОК 11	Цифровий маркетинг	4	екзамен	3
ОК 12	Переддипломна практика	10	залік	2
ОК13	Атестація (підготовка та захист кваліфікаційної роботи)	10	захист	3
Кількість кредитів ECTS за обов'язковими компонентами:		66 кредитів ЄКТС		
Вибіркові компоненти*				
ВК1 ... ВК6		4	залік	
Загальний обсяг вибірових компонент		24 кредитів ЄКТС		
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		90 кредитів ЄКТС		

*Реалізація права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін та створення індивідуальної освітньої траєкторії регламентується Законом України «Про вищу освіту» та внутрішніми нормативними актами НАУ. Вибіркові компоненти обираються здобувачами вищої освіти із каталогу вибірових дисциплін.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (обов'язкові компоненти)

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13
IK	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1				+									
ЗК2				+	+			+					
ЗК3									+				
ЗК4						+							
ЗК5	+	+											
ЗК6			+							+	+	+	+
ЗК7								+					
СК1		+					+						
СК2							+					+	+
СК3					+	+			+				
СК4		+						+					
СК5									+			+	+
СК6							+						
СК7				+	+							+	+
СК8						+							
СК9			+									+	+
СК10				+	+	+	+		+			+	+

5.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13
ПРН1		+	+				+			+	+	+	+
ПРН2		+		+	+		+					+	+
ПРН3			+	+	+	+	+		+			+	+
ПРН4				+	+							+	+
ПРН5			+		+	+			+			+	+
ПРН6				+			+						
ПРН7							+					+	+
ПРН8	+	+						+					
ПРН9		+		+			+	+					
ПРН10					+		+					+	+
ПРН11				+	+							+	+
ПРН12				+	+				+			+	+
ПРН13				+			+						
ПРН14		+											
ПРН15				+	+	+			+	+	+	+	+
ПРН16				+	+	+	+		+			+	+