



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

другого рівня вищої освіти
(Першого/другого)

за спеціальністю 075 Маркетинг
номер назва

галузі знань 07 Управління та адміністрування
номер назва

Кваліфікація: магістр
(бакалавр, магістр)

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ:

Голова вченої ради

 О. В. Поркуян/
(протокол № 12 від "30" червня 2023 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 2023 р.

Ректор  О. В. Поркуян/
(наказ № 67 від "30" липня 2023 р.)

Київ 2023 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти	<u>2-й рівень, магістр</u>
Галузь знань	<u>07 Управління та адміністрування</u>
Спеціальність	<u>075 Маркетинг</u>
Кваліфікація	<u>Магістр</u>

ПОГОДЖЕНО:

Севост'янова Ольга Леонідівна	Заступник директора Департаменту – начальник управління економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності Департаменту економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності Луганської облдержадміністрації.
-------------------------------------	---

ПЕРЕДМОВА

- РОЗРОБЛЕНО НА ОСНОВІ:** Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня вищої освіти ступеня "магістр" галузь знань 07 "Управління та адміністрування", за спеціальністю 075 "Маркетинг", затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.
- ВНЕСЕНО:** Кафедрою публічного управління, менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля.
- РОЗГЛЯНУТО:** на засіданні кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу (протокол № 10 від 26.04. 2023 р.); на засіданні Вченої ради Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (протокол № 12 від 29.06.2023 р.).
- ВВЕДЕНО ВПЕРШЕ:** Рішенням Вченої ради Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (протокол № 9 від 22.05.2018р.) та затверджено Головою Вченої ради. Затверджено наказом по Східноукраїнському національному університету імені Володимира Даля № 156/97 від 23.05.2018р.
- ВНЕСЕНО ЗМІНИ:** Рішенням Вченої ради Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (протокол № 12 від 29.06.2023р.) та затверджено Головою Вченої ради. Затверджено наказом по Східноукраїнському національному університету імені Володимира Даля № 67/14.01 від 30.06.2023 р. - *поточна редакція освітньої програми.*
- ПРОЄКТНА ГРУПА:** Керівник робочої проєктної групи:
Орлова-Курилова О. В., д.е.н., доц., професор кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу – гарант ОПП
Члени робочої проєктної групи:
Сафронська І. М., к.е.н., доц., доцент кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу
Бучнев М. М., к.е.н., доц., доцент кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу
Бєлоусова Л. І., к.е.н., доц., доцент кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу

ЗОВНІШНІ РЕЦЕНЗЕНТИ: Тараненко Ірина Всеволодівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного маркетингу Вищого навчального закладу «Університет імені Альфреда Нобеля» (м. Дніпро, Україна);

Mr. Mohamad Kano – Director, Retail, Entrepreneur “KANOU MARKT”, Germany.

При розробці було залучено та враховано пропозиції та потреби таких **СТЕЙКХОЛДЕРІВ:**

Севост'янова Ольга Леонідівна Заступник директора Департаменту – начальник управління економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності Департаменту економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності Луганської облдержадміністрації;

Сорочан Дмитро Володимирович Начальник відділу маркетингу ТОВ "ПК "ПОЖМАШИНА ";

Mr. Mohamad Kano Director, Retail, Entrepreneur “KANOU MARKT”, Germany;

Височин Андрій Юрійович директор ТОВ "Східремсервіс", м.Сєверодонецьк;

Непран Олександра Ігорівна випускниця ОП «Маркетинг» 2022 року;

Боричевська Анастасія Олександрівна здобувачка вищої освіти за програмою «Маркетинг», вступ 2022 року.

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Факультет економіки і управління, кафедра публічного управління, менеджменту та маркетингу.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий рівень вищої освіти Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 07 "Управління та адміністрування" за спеціальністю 075 "Маркетинг".
Тип диплому та обсяг програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію НД № 1391296. Термін дії до 01.07.2026 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF EHEA – First cycle, EQF LLL – level 7, рівень освіти – другий (магістерський)
Передумови	Диплом бакалавра, спеціаліста, магістра, підтверджений документом державного зразка, що виданий вищим навчальним закладом III-IV рівня акредитації. Вимоги до вступників визначаються Правилами прийому на освітньо-професійну програму магістра.
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01.07. 2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Офіційний веб-сайт Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля www.snu.edu.ua
2. Мета програми	
Підготувати конкурентоспроможних на ринку праці професіоналів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, комунікативними навичками, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової інноваційної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності у динамічному маркетинговому середовищі.	
3. Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація,(за наявності))	Галузь знань 07 "Управління та адміністрування" Спеціальність 075 "Маркетинг"
Опис предметної області	<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/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу

	<p>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 ефективної маркетингової діяльності.</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>
<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Спеціальна освіта в сфері маркетингу. Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку професіоналів-маркетологів високого рівня, які володіють актуальними знаннями і практичними навичками ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств для різних сфер економіки. Професійна підготовка в застосуванні сучасних підходів та методів у маркетингу, зокрема з використання інформаційно-комунікаційних технологій. Формування сучасних спеціалістів-маркетологів з урахуванням як світових тенденцій попиту на ринку праці, так і потреб України.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма забезпечує набуття високого рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств. Орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів згідно із потребами ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища та роботи з використанням технологій цифрового маркетингу. Враховує вимоги до вирішення практичних питань шляхом використання сучасних методів навчання. Формує маркетологів з новим стратегічним стилем мислення, здатних генерувати інноваційні стратегічні рішення, викладати, проводити маркетингові дослідження.</p>
<p>4. Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми господарювання, утворені з різною формою власності (приватні; колективні; комунальні; державні; змішані), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових служб; органи державного управління та місцевого самоврядування; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем. Випускники можуть працювати на посадах: керівника та заступника керівника підприємства, установи чи організації;</p>

	<p>керівника департаменту маркетингу, керівника підрозділів збуту чи матеріально-технічного постачання (забезпечення), логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівника підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліста з інтернет-маркетингу. Коди на професії, відповідно до Класифікатора професій України наступні:</p> <p>1233 Директор з маркетингу; 1233 21407 - 1** Директор комерційний; 1233 23842 65 Начальник комерційного відділу; 1233 24028 1 Начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 23898 82 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1235 23712 1** Начальник відділу зовнішньої кооперації; 1235 23875 1 Начальник відділу матеріально-технічного постачання; 1235 24091 Начальник управління; 1235 Начальник відділу; 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.4 1 Менеджер (управитель) з логістики; 1475.4 1 Менеджер (управитель) із збуту; 1475.4 1 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1475.4 Менеджер (управитель) з постачання; 1476.1 1 Менеджер (управитель) з реклами; 2419.1 Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); 2419.1 Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); 2419.1 23667 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); 2419.2 Консультант з маркетингу; 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; 2419.2 18, 65 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2419.2 65 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 2310.2 Викладач закладу вищої освіти; 2321 Викладач закладу професійної (професійно-технічної) освіти; 2322 Викладач закладу фахової передвищої освіти.</p>
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	<p>Використовується студентоцентризований підхід та проблемно-орієнтоване навчання. Використовуються лекційні курси, семінари, практичні заняття в малих групах, консультації, самопідготовка у бібліотеці та на основі Інтернету, проектна робота та індивідуальні консультації. Використовуються електронні навчальні курси.</p> <p>Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Лекційні курси поєднуються з семінарами, диспутами, «мозковими штурмами» та робочими зустрічами. Широко використовується алгоритмізація навчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, розміщених в «Електронному університеті СНУ ім. В. Даля» викладачами визначаються як особистісно-орієнтована педагогічна взаємодія суб'єктів навчання в Університеті.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання включає весь спектр контрольних процедур у залежності від компетентнісних характеристик (знання, уміння, комунікація, автономність і відповідальність) результатів навчання, досягнення яких контролюється.</p> <p>Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною рейтинговою шкалою відповідно до чинного законодавства.</p> <p>Система оцінювання знань з окремих дисциплін освітньо-професійної програми складається з поточного і підсумкового видів контролю.</p> <p>Поточний контроль знань здобувачів вищої освіти проводиться у формі письмових робіт (тестів), роботи на практичних заняттях, усних доповідей на семінарах та конференціях, виконання індивідуальних завдань.</p> <p>Підсумковий контроль знань здійснюється за результатами поточного контролю та/або відбувається у вигляді екзамену/диференційованого заліку, які проводяться у усній або письмовій формі.</p> <p>Тестування, усне та письмове опитування, презентації, захист індивідуальних та курсових робіт, інших завдань, заліки, екзамени, звіт з практики, захист кваліфікаційної роботи.</p>
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 (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. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>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.</p>
7. Програмні результати навчання	
	<p>РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему</p>

	<p>маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>РН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>РН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>РН15. 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	
Кадрове забезпечення	<p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, які мають підтверджений рівень наукової та професійної активності відповідно до Ліцензійних умов.</p> <p>Виконання програми забезпечують науково-педагогічні працівники, які працюють у закладі вищої освіти за основним місцем роботи або за сумісництвом, вдосконалюють навчально-методичне забезпечення, займаються науковими дослідженнями, підготовкою методичних матеріалів та курсів дисциплін на «Електронному ресурсі навчально-методичного забезпечення СНУ ім. В. Даля».</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники регулярно проходять підвищення кваліфікації, займаються безперервним професійним саморозвитком, проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальний процес здійснюється в лекційних аудиторіях, аудиторіях для практичних та семінарських занять та лабораторіях, що забезпечені проєкційно-медіа технікою

	загального користування, а також комп'ютерами, що підключені до мережі Інтернет. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення: - офіційний сайт СНУ ім. В. Даля: https://snu.edu.ua/index.php/university/ - Наукова бібліотека СНУ ім. В. Даля https://library.snu.edu.ua/index/elektronnij_katalog/0-204 ; - доступ до наукометричних баз SCOPUS та Web of Science; - Е - КАМПУС - Електронний університет СНУ ім. В. Даля : http://moodle2.snu.edu.ua/Bo - ліцензійне програмне забезпечення (Office 365, MS Teams, корпоративна пошта); - навчальні та робочі навчальні плани; - графіки навчального процесу; - робочі навчальні програми дисциплін / силабуси; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи здобувачів з дисциплін; - програми практичної підготовки; - методичні рекомендації до написання та оформлення кваліфікаційних робіт; - безкоштовне користування платформою Coursera для неформальної та інформальної освіти.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Основу організації освітнього процесу в університеті становлять засади та принципи Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС), що дозволяє здійснювати трансфер результатів навчання, кредити ЄКТС та результати оцінювання. Здійснюється відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 12 серпня 2015 р. № 579 «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність». Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в Східноукраїнському національному університеті імені Володимира Даля. Перезарахування отриманих кредитів на основі ЄКТС, отриманих під час участі здобувача у програмах внутрішньої академічної мобільності відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та зарахування програмних результатів навчання. Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників здійснюється на основі двосторонніх договорів між СНУ ім. В.Даля та університетами України.
Міжнародна кредитна мобільність	Здійснюється на підставі міжнародних договорів про співробітництво в галузі освіти та науки, міжнародних програм та проєктів, договорів про співробітництво між

	<p>іноземним закладом вищої освіти та Університетом, за узгодженими та затвердженими в установленому порядку індивідуальними навчальними планами здобувачів вищої освіти та програмами навчальних дисциплін, а також може бути реалізоване учасником освітнього процесу Університету з власної ініціативи, підтриманої адміністрацією Університету на основі індивідуальних запрошень та інших механізмів.</p> <p>Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в Східноукраїнському національному університеті імені Володимира Даля, Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Перезарахування отриманих кредитів на основі ЄКТС, отриманих під час участі здобувача у програмах міжнародної академічної мобільності відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та зарахування програмних результатів навчання.</p>
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Громадяни інших держав приймаються на навчання відповідно до Правил прийому Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля та навчаються за рахунок коштів фізичних або юридичних осіб, на підставі міжнародних договорів на умовах, визначених цими договорами.</p>

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

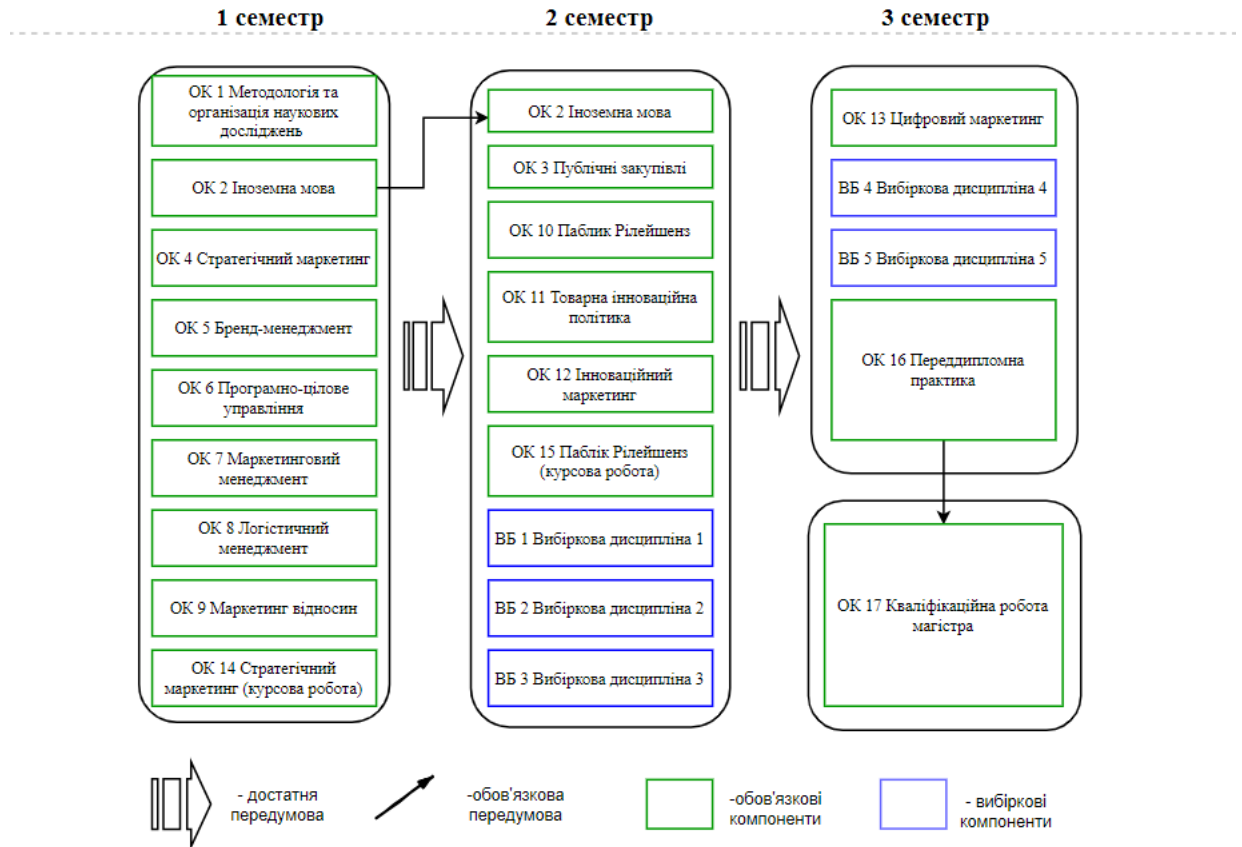
2.1. Перелік компонент освітньо- професійної програми "Маркетинг"

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові освітні компоненти (ОК)			
ОК 01	Методологія та організація наукових досліджень	3,0	залік
ОК 02	Іноземна мова	3,0	залік, залік
ОК 03	Публічні закупівлі	3,0	залік
ОК 04	Стратегічний маркетинг	4,5	екзамен
ОК 05	Бренд-менеджмент	4,0	екзамен
ОК 06	Програмно-цільове управління	4,0	екзамен
ОК 07	Маркетинговий менеджмент	4,0	екзамен
ОК 08	Логістичний менеджмент	4,0	екзамен
ОК 09	Маркетинг відносин	4,0	залік
ОК 10	Паблік Рілейшнз	3,5	екзамен
ОК 11	Товарна інноваційна політика	3,0	екзамен
ОК 12	Інноваційний маркетинг	3,0	екзамен
ОК 13	Цифровий маркетинг	2,8	екзамен
Курсові роботи			
ОК14	Стратегічний маркетинг	1,0	залік
ОК15	Паблік Рілейшнз	1,0	залік
Практика			
ОК 16	Переддипломна	7,2	залік
Атестація			
ОК 17	Кваліфікаційна робота магістра	12,0	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		67,0	
2. Вибіркові компоненти (ВБ)			
ВБ 01	Вибіркова дисципліна 1	5,0	залік
ВБ 02	Вибіркова дисципліна 2	5,0	залік
ВБ 03	Вибіркова дисципліна 3	5,0	залік
ВБ 04	Вибіркова дисципліна 4	5,0	залік
ВБ 05	Вибіркова дисципліна 5	3,0	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		23,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90,0	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Програма підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" ступеня магістр загальним обсягом 90 кредитів ECTS передбачає оволодіння здобувачами 18 навчальними дисциплінами, написання 2 курсових робіт, проходження переддипломної практики, підготовку та захист кваліфікаційної роботи магістра. Обов'язкова частина навчального плану має обсяг 67 кредитів ECTS (74%) і включає 17 обов'язкових компонент, що забезпечують формування загальних та фахових компетентностей. Вибіркова частина навчального плану має обсяг 23 кредитів ECTS (26%) і включає 5 вибірових компонент формування індивідуальної освітньої траєкторії.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми "Маркетинг"



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота магістра передбачає 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.</p> <p>Кваліфікаційна робота – це навчально-наукова робота здобувача вищої освіти, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації магістра для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого Екзаменаційна комісія визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота магістра допускається до захисту перед Екзаменаційною комісією за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений СНУ ім. В.Даля.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути розміщена у репозитарії СНУ ім.В.Даля. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>
Вимоги до публічного захисту	<p>Захист кваліфікаційної випускної роботи магістра відбувається у вигляді доповіді здобувача вищої освіти у присутності членів екзаменаційної комісії. Доповідь має супроводжуватись демонстрацією результатів дослідження у вигляді презентації або роздаткового матеріалу.</p> <p>Захист кваліфікаційної випускної роботи магістра проходить на відкритих засіданнях екзаменаційної комісії. Порядок засідання екзаменаційної комісії та графік захисту затверджується наказом по закладу вищої освіти і заздалегідь повідомляється здобувачу вищої освіти.</p>

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг». Визначаються відповідно до існуючої системи забезпечення якості вищої освіти в Університеті та передбачають здійснення процедур та заходів визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти.

<p>Політика щодо забезпечення якості вищої освіти</p>	<p>Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у СНУ ім. В. Даля: відповідальність; відповідність; адекватність; автономність; вимірюваність; академічна культура; відкритість.</p> <p>Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в СНУ ім. В. Даля: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти; підготовка та проведення маркетингово - моніторингових та соціально-психологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; залучення стейкхолдерів вищої освіти (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямками внутрішнього забезпечення якості; зовнішнє оцінювання якості діяльності СНУ ім. В. Даля за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації.</p> <p>Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом.</p>
<p>Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм</p>	<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актами в СНУ ім. В. Даля.</p> <p>Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); інших стейкхолдерів.</p>

	<p>Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення дослідження фокусгрупи, аналіз документів, аналіз ситуації, самооцінка робочою групою відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми. Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється: а) щорічно за результатами моніторингу; б) після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, в) в разі зміни законодавчої та нормативної бази.</p>
<p>Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів</p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами.</p> <p>Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; порядку оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в робочих програмах навчальних дисциплін, робочих планах навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням програмного забезпечення корпоративної інформаційної системи управління (електронний журнал) та інформаційного середовища навчальної системи Університету eCampus.</p> <p>Оприлюднення результатів успішності, оцінювання результатів навчання відбувається в навчальному середовищі Moodle. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.</p>
<p>Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання</p>	<p>Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність.</p>
<p>Забезпечення якості науково-педагогічних працівників</p>	<p>Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково - педагогічних працівників, кафедр і факультетів (інститутів) Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету, особистісного професійного розвитку науково - педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом навчального року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні Вченої ради Університету та є доступним на сайті Університету.</p>
<p>Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)</p>	<p>Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти.</p> <p>Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час</p>

	<p>аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування освітньо - професійної програми та реалізується через навчальну систему СНУ ім. В. Даля.</p>
<p>Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)</p>	<p>З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами та ін.</p>
<p>Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність</p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті СНУ ім. В. Даля, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості.</p> <p>Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються тощо.</p>
<p>Забезпечення академічної доброчесності</p>	<p>Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладу вищої освіти та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, регулюється такими документами СНУ ім. В. Даля: Політика в сфері якості СНУ ім.В.Даля; Критерії оцінювання якості надання освітніх послуг у СНУ ім.В.Даля, Документ системи управління якістю «Керування ризиками» у СНУ ім.В.Даля; Настанова системи управління якістю, діяльністю аудиторів системи управління якістю освіти в Університеті.</p> <p>Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернет-сервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи «Unichesk», що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням.</p>

**5. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК
(7-й рівень, магістерський)**

Класифікація компетент-ностей за НРК	<p align="center">Знання</p> <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 align="center">Уміння</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 align="center">Комунікація</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 align="center">Автономія та відповідальність</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 - 8				
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.		УМ1	К1	АВ1
ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.		УМ1	К1	АВ2
ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	ЗН2	УМ2	К1	АВ1

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності - 10				
СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.	ЗН2			АВ3
СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.	ЗН2	УМ2	К2	АВ3

6. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9
		РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	+									+	+					
РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	+	+	+							+	+							+
РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	+	+					+		+			+		+				
РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	+	+	+		+											+	+	+
РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	+						+		+		+	+						
РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.	+	+							+	+	+					+		+
РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	+		+	+				+					+	+	+			+
РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації	+		+			+		+					+					

в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.																		
РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	+	+						+		+			+		+		+	
РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	+	+	+											+	+	+		
РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	+							+						+	+	+	+	
РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	+	+							+					+		+	+	
РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	+	+		+										+	+	+	+	
РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	+				+	+									+		+	
РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	+							+			+	+		+		+		

8. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньої програми

	РН 01	РН 02	РН 03	РН 04	РН 05	РН 06	РН 07	РН 08	РН 09	РН 10	РН 11	РН 12	РН 13	РН 14	РН 15
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.		+	+		+	+	+				+	+		+	+

9. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ

Освітньо-професійна програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII «Про вищу освіту» URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
3. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування, URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». Поточна редакція від 20.07.2020 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
5. Національна Рамка Кваліфікацій – Україна. // Європейський фонд освіти, 2021. URL: https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2021-11/ukraine_ua.pdf
6. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – К.: ТОВ “ЦС”, 2015. – 32 с. URL: https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf
8. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 25.10.2021 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10.#Text>
9. Наказ МОН України від 27 квітня 2022 № 392 «Про затвердження Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти у 2022 році». URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/vstupna-kampaniya-2022/umovi-prijomu-dlya-zdobuttya-vishoyi-osviti-2022-roku>
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п/page>
11. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затвержені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. - URL: <http://mon.gov.ua/news/usi-novitni-povidomlennya-2016-06-01-metodichni-rekomendaciyi-shhodo-rozroblennya-standartiv>

12. Положення про освітні програми Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Редакція 2020-03. URL: https://snu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/03/Polozhennya-pro-OP_.pdf

Гарант освітньої програми: доктор економічних наук за спеціальністю:
08.00.03 – Економіка та управління національним господарством;
доцент за кафедрою управління соціально-економічними системами та агробізнесу,
професор кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу
СНУ ім. В. Даля
Орлова-Курилова О.В.

Ректор

Голова проєктної групи

Завідувач випускової кафедри



О.В. Поркуян

О.В. Орлова-Курилова

О.О. Хандій