

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

УХВАЛЕНО
Рішенням вченої ради
Харківського національного
економічного університету імені
Семена Кузнеця
від 31.05.2021 р. протокол № 4



ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 31.05.2021 р. № 134

Володимир ПОНОМАРЕНКО

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий (магістерський)
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг

Харків, 2021

ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи:

1. Ус Марина Ігорівна – гарант освітньої програми, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу;
2. Гриневич Людмила Володимирівна - завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу;
3. Дзеніс Вікторія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу;
4. Фастовець Тетяна Олексіївна – випускник освітньої програми;
5. Єськов Едуард Ігорович - начальник відділу управління портфелями продукту та стратегічного маркетингу Приватного акціонерного товариства «НОВИЙ СТИЛЬ».

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол №15, від 24.05.2021р.

Розглянуто вченою радою факультету менеджменту і маркетингу, протокол №6, від 28.05.2021 р.

Оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010
2. Стандарту вищої освіти (Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки від 10.07.2019 р. № 960).
3. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.
4. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
5. Пропозицій роботодавців.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузі знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальності	075 Маркетинг
Спеціалізація	-
Освітня програма (українською та англійською мовами)	Маркетинг / Marketing
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	очна (денна) форма – 90 кредитів, 1 рік 4 місяці; заочна форма – 90 кредитів, 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності МОНУ Серія НД № 2190431 від 18.09.2017 Строк дії сертифіката до 01.07.2024
Мова(и) навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	Для успішного засвоєння освітньої програми магістра вступник повинні мати вищу освіту першого (бакалаврського) рівня або другого (магістерського) рівня або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліст та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі управління та адміністрування за спеціальністю маркетинг. Правила та строки прийому розміщені на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця за посиланням https://www.hneu.edu.ua/normatyvni-dokumenty/
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація(-ї) професійна(-і)	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти - магістр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Мета освітньої програми	Підготовка високо компетентних професіоналів, що володіють фундаментальними науковими і професійними знаннями в області маркетингу і діджитал комунікацій, здатних реалізовувати свій потенціал в науці, освіті та бізнесі.

<p>Фокус та особливості (унікальність) програми</p>	<p>Освітня програма є професійно прикладною. Спрямована на формування та розвиток професійних компетентностей щодо створення та використання сучасних інструментів та технологій маркетингу. Особливість програми полягає у практико-орієнтованому форматі підготовки компетентних магістрів-маркетологів з можливістю обрання значної частини власної траєкторії навчання за рахунок вибіркової складової, й формуванні у них комплексу знань, вмінь і навичок по розробці, обґрунтуванню та ухваленню ефективних маркетингових рішень в області стратегічного, тактичного і оперативного управління. Ключові слова: маркетингові стратегії, маркетинговий аналіз, маркетингове забезпечення управлінських рішень, бізнес-комунікації.</p>
<p>Опис предметної області</p>	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. 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. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Академічна мобільність</p>	<p>-</p>
<p>Академічні права</p>	<p>Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<p>Професійні права</p>	<p>Відповідні робочі місця керівника маркетингових підрозділів в установах та на підприємствах різних видів економічної діяльності організаційно-правових форм.</p>
<p>Працевлаштування випускників</p>	<p>Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме:</p>

	<p>Керівник (директор, виконавчий директор, начальник та ін.) відповідного напряму діяльності банківської установи Керівник (директор, начальник та ін.) департаменту Начальник управління Менеджер (управитель). 1233 Директор з маркетингу. Директор комерційний. Начальник відділу збуту (маркетингу). Начальник комерційного відділу. 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю). 1312 Директор (керівник) малого промислового підприємства (фірми). 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми. 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій. 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу. Менеджер (управитель) із збуту. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю. 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами. 2419.2 Консультант з маркетингу. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог). Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою. Рекламист. Економіст із збуту. Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p>
--	---

II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність прийняття обґрунтованого рішення. 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, обробки та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**Таблиця 1 Пояснювальної записки**).

III – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. 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.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	6	7%
2	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	20	22%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	61	68%
4	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	3	3%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :		90	100%
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		23	25

Код ОК	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	5	Екзамен
ОК2	КУРСОВА РОБОТА: МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	1	Курсова робота
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК1	МАГ-МАЙНОР	5	Залік
ВК2	МАГ-МАЙНОР	5	Залік
ВК3	МАГ-МАЙНОР	5	Залік
ВК4	МАГ-МАЙНОР	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК3	СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ	5	Екзамен
ОК4	МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ	5	Екзамен
ОК5	РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	5	Екзамен
ОК6	МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА	5	Екзамен
ОК7	БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	5	Екзамен

OK8	ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА	5	Екзамен
OK9	ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ В МАРКЕТИНГУ	4	Залік
OK10	ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА	8	ЗВІТ
OK11	ДИПЛОМНА РОБОТА	19	Дипломна робота
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
BK5	КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ	3	ЗВІТ

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Вибіркова складова навчального плану освітньої програми складається з: МАГ-МАЙНОРІВ, КОМПЛЕКСНОГО ТРЕНІНГУ.

МАГ-МАЙНОР – умовна назва вибіркового навчального дисциплін підготовки освітнього ступеня магістр (МАЙНОР для магістрів). Сутність МАГ-МАЙНОРІВ полягає у вільному виборі навчальних дисциплін таких напрямків, які відображають інтереси здобувачів вищої освіти, їх вподобання та плани на майбутнє працевлаштування. МАГ-МАЙНОР є обов'язковою складовою освітніх програм

Обсяг дисципліни МАГ-МАЙНОР – складає 5 кредитів ЄКТС. Формою підсумкового контролю є залік. Загальний обсяг дисциплін маг-майнорів складає 20 кредитів ЄКТС.

Здобувачі вищої освіти очної (денної) форми навчання обирають по дві дисципліни в 1 та 2 семестрі на першому році навчання.

Здобувачі вищої освіти заочної форми навчання обирають 4 дисципліни на 2 році навчання.

КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ – тренінг, що обирають здобувачі вищої освіти другого (магістерського) рівня. Тренінг спрямований на отримання здобувачами вищої освіти практичних, комунікативних навичок.

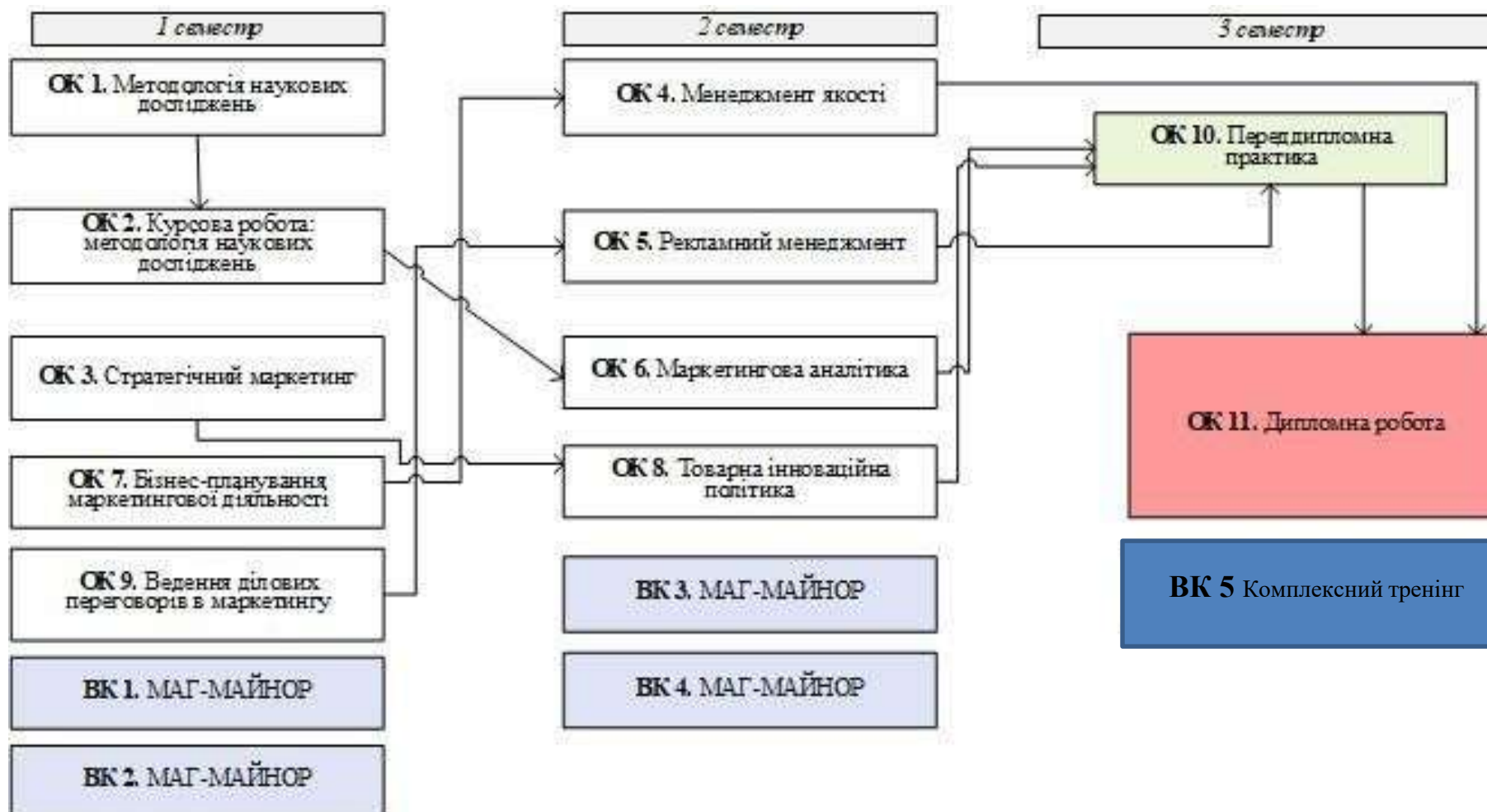
Комплексний тренінг здобувачі вищої освіти обирають на першому або другому році навчання залежно від спеціальності (освітньої програми).

Обсяг комплексного тренінгу складає 3 кредити ЄКТС. За результатами комплексного тренінгу формується звіт.

Вибіркові навчальні дисципліни не формують результати навчання, що передбачені стандартом вищої освіти для відповідного рівня, але можуть поглиблювати певні з них та розвивати софтскілс.

Здобувачі вищої освіти заочної форми навчання обирають 4 дисципліни на 1 або 2 році навчання залежно від спеціальності (освітньої програми).

4.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти



V. ФОРМИ 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 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.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>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.</p>
Вимоги до публічного захисту	<p>До захисту магістерської роботи допускаються здобувачі, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики, у встановлений термін пройшли нормоконтроль.</p> <p>Магістрант захищає дипломну роботу публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає: оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; виступ магістранта; запитання до автора роботи; відповіді магістранта; обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту робіт; рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації магістранту.</p> <p>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації з використанням мультимедійної техніки.</p>

V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

<p>Форми атестації здобувачів вищої освіти</p>	<p>Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p>
<p>Вимоги до кваліфікаційної роботи</p>	<p>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.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>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.</p>
<p>Вимоги до публічного захисту</p>	<p>До захисту магістерської роботи допускаються здобувачі, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики, у встановлений термін пройшли нормоконтроль.</p> <p>Магістрант захищає дипломну роботу публічно перед екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає: оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; виступ магістранта; запитання до автора роботи; відповіді магістранта; обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту робіт; рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації магістранту.</p> <p>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації з використанням мультимедійної техніки.</p>

VI. 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».

<p>Політика щодо забезпечення якості вищої освіти</p>	<p>Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: відповідності; адекватності; автономності; вимірюваності; академічної культури; відкритості. Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та</p>
--	--

	<p>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 ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації. 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 ХНЕУ ім.С. Кузнеця. 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. Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення дослідження фокус-групи, аналіз документів, аналіз ситуації, 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. 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 (технологічних картах) навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням інформаційного середовища Персональної навчальної системи (ПНС) Університету. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100- бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.</p>
<p>Забезпечення якості</p>	<p>Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання.</p>

студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання	Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність
Забезпечення якості науково-педагогічних працівників	Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів 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 календарного року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні вченої ради Університету.
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти. 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 аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування освітньої-професійної програми та реалізується через Персональну навчальну систему ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)	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.
Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. 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.
Забезпечення академічної доброчесності	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 ХНЕУ ім. С. Кузнеця: Кодекс академічної доброчесності; Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про комісію з питань академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернет-сервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	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 ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	Уміння УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	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 К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
Загальні компетентності				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів





Програмні результати навчання	Компетентності																
	Інтегральна компетентність																
	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
ПРН1									ОК3	ОК1							ОК1, ОК2
ПРН2	ОК6, ОК7	ОК9							ОК3	ОК6							ОК1
ПРН3	ОК6, ОК7					ОК1, ОК2, ОК11 ОК6,		ОК7, ОК11			ОК2, ОК11		ОК3, ОК6				
ПРН4	ОК3	ОК8		ОК7										ОК4	ОК3	ОК3	
ПРН5						ОК1, ОК2, ОК11		ОК10, ОК11		ОК2, ОК6 ОК11	ОК2, ОК10, ОК11						
ПРН6	ОК4, ОК5							ОК4, ОК5	ОК5	ОК6				ОК4, ОК5		ОК7	
ПРН7		ОК3, ОК8	ОК4									ОК8	ОК6, ОК7	ОК4, ОК5		ОК3	
ПРН8		ОК9			ОК9							ОК9					
ПРН9	ОК3, ОК7								ОК10			ОК5		ОК3		ОК3	
ПРН10	ОК6	ОК11												ОК11	ОК3	ОК3	
ПРН11						ОК6							ОК6, ОК11	ОК11	ОК3	ОК3	
ПРН12	ОК3, ОК6, ОК8							ОК7					ОК3, ОК6		ОК3	ОК7	
ПРН13	ОК5 ОК9		ОК4										ОК6	ОК10	ОК7	ОК3, ОК7	
ПРН14				ОК9	ОК9									ОК10		ОК3	
ПРН15						ОК1, ОК6				ОК1, ОК2	ОК11		ОК6		ОК3		

Гарант ОП



Марина УС

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньої програми Маркетинг

Назва структурного/ функціонального підрозділу/ посадова особа	Дата, підпис
1. Навчальний відділ	
2. Відділ забезпечення якості освіти та інноваційного розвитку	
3. Завідувач випускової кафедри	
4. Проректор з навчально-методичної роботи	

РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню магістр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену на
кафедрі маркетингу Харківського національного економічного
університету імені Семена Кузнеця**

Сьогодні на ринку праці спостерігається помітне підвищення популярності професій, пов'язаних з маркетингом. Сучасні підприємства все гостріше відчувають потребу в професійних маркетологах, оскільки конкуренція на всіх рівнях загострюється, що вимагає якісно нових підходів до вирішення управлінських питань. Тому виникає потреба в освітніх програмах, які представляють собою вдалу комбінацію використання фундаментальних теоретичних знань з можливостями формування практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу.

Метою освітньо-професійної програми «Маркетинг», яка подана на рецензію, є підготовка магістрів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням сучасного стану економіки та ринкових відносин, орієнтує на актуальну спеціальність, в межах якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра, зокрема в області комунікацій, збуту, ціноутворення, стратегічного, міжнародного та інтернет маркетингу.

В процесі підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» передбачено формування інтегральної компетентності, яка полягає у здатності розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Програмою передбачено формування загальних та фахових компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу, які сприятимуть успішній діяльності в цій сфері. Нормативний зміст підготовки здобувачів відображено в результатах навчання, які також прописані в освітньо-професійній програмі.

Програма ґрунтується на фундаментальній ринковій та загальноекономічній освіті, пропонує комплексний підхід до маркетингової

діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, розміру, видів діяльності шляхом теоретичного навчання та практичної підготовки, орієнтована на використання сучасних інформаційних технологій.

Для досягнення необхідних компетентностей освітньо-професійна програма містить набір професійно-орієнтованих дисциплін з управління маркетинговою діяльністю, стратегічного маркетингу, економіко-математичного моделювання, методології наукових досліджень та ін.

Програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами сукупністю фахових компетентностей; реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом проходження виробничої практики на сучасних підприємствах, в організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.

Варто зазначити, що програмою передбачена достатня кількість дисциплін за вибором здобувачів (маг-майнорів). Це дозволяє реалізувати індивідуальні потреби здобувачів вищої освіти.

В процесі розробки освітньої програми «Маркетинг» та формуванні компетентностей були враховані вимоги стандарту вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем, сучасні вимоги роботодавців до професії маркетолога.

Освітню програму «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня з галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам і традиціям вищої школи, сучасним вимогам та тенденціям ринку праці, розроблена у відповідності до галузевих стандартів вищої освіти, ухвалених науково-методичною комісією з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, положень Закону України «Про вищу освіту», розпоряджень Кабінету міністрів України та наказів МОН України.

Рецензент:

Начальник відділу управління продукту
та стратегічного маркетингу



Єськов Е.І.