

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський національний технічний університет

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Кваліфікація: Магістр з маркетингу

Затверджено Вченою радою ЦНТУ

Протокол № 11 від «29» 06 2026 р.

Голова Вченої ради

Володимир КРОПІВНИЙ



Освітня програма вводиться в дію з 06.09. 2026 р.

Наказ № 144-Ос від «30» 06 2026 р.

Ректор

Володимир КРОПІВНИЙ

Кропивницький – 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

Рівень вищої освіти **Другий (магістерський)**
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ **D «Бізнес, адміністрування та право»**
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ **D5 «Маркетинг»**
КВАЛІФІКАЦІЯ **Магістр з маркетингу**

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
університету
Протокол № 4
від «25» 06 2026 р.

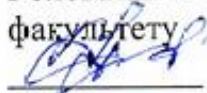
Голова НМР університету

 Андрій КИРИЧЕНКО

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
економічного факультету
Протокол № 4
від «18» 06 2026 р.

Голова НМР економічного
факультету

 Наталія ШАЛІМОВА

СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією
спеціальності D5 «Маркетинг»
Протокол № 4
від «17» 06 2026 р.

Голова НМК спеціальності

 Руслана ЖОВНОВАЧ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена з урахуванням вимог нормативних актів України (Закону України «Про вищу освіту»; Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, що затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. , № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. N 365); Національного класифікатора України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 25 жовтня 2021 року № 810-21); Класифікатора видів економічної діяльності ДК 009:2010; Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р., № 1341 зі змінами, внесеними згідно з Постановами КМУ № 509 від 12.06.2019 р. та № 519 від 25.06.2020 р.; Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 зі змінами НАЗЯВО за № 362 від 05.02.2020 р.); Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р., Проект стандарту вищої освіти вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності D5 Маркетинг та професійних стандартів (Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG); Постанови Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 р. № 1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти; Наказу МОН України від 19.11.2024 р. № 1625 «Про особливості запровадження змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 року № 1021»; Постанови Кабінету Міністрів України від 21.02.2025 р. № 188 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти»; Стратегії розвитку Центральноукраїнського національного технічного університету на період 2026 – 2030 рр.

Освітньо-професійна програма розроблена робочою кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету у складі:

1. Жовновач Р. І. – гарант освітньо-професійної програми, д.е.н., проф., завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики ЦНТУ.

2. Вишневська В. А. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.

3. Загреба М. М. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.

4. Коваль Л. А. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.

5. Ніколаєв І. В. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.

6. Романчук С. А. – к.т.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.

7. Гуцалюк О.О.. – голова ЕК д.е.н. професор, проректор з науково-педагогічної діяльності, Східноєвропейського університету ім Рауфа Аблязова, м. Черкаси;.

8. Гранкіна Є.В.– здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня ОПП «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг».

9. Буйновський О. О. – Директор ТОВ "Завод "Дзеркальник".

Рецензії та відгуки на ОПП надали:

1. Вірієнко Т.М. – консультант з економічних питань та грантових програм Кіровоградської регіональної торгово-промислової палати.

2. Цатурян Р. О. - менеджер з маркетингу ТОВ "НВП "РАДІКС" , фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку ТОВ «НВП «Радій»

Програма розроблена *робочою* кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики, схвалена науково-методичною комісією спеціальності D5 «Маркетинг», погоджена проректором з науково-педагогічної роботи Центральноукраїнського національного технічного університету, рекомендована науково-методичною радою Центральноукраїнського національного технічного університету.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Центральноукраїнського національного технічного університету.

1. Профіль
освітньо-професійної програми магістра
з галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5«Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Центральноукраїнський національний технічний університет Економічний факультет Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитована. Сертифікат № 4045 від 23.02.2023 р. Термін дії: до 01.07.33 р.
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра / магістра/ освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» Вимоги до вступу визначаються «Умовами прийому до ЗВО» та «Правилами прийому до ЦНТУ», які затверджуються щороку.
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.kntu.kr.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними програмними компетентностями (загальними та професійними), необхідними для продукування нових ідей, творчого та ефективного розв’язання складних дослідницьких та інноваційних завдань і практичних проблем маркетингової діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предмета область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність D5 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма «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> 1) 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 та стрімкою діджиталізацією взаємодії; 2) формування комплексу управлінських маркетингових компетенцій у сфері розробки та реалізації маркетингових стратегій, цифрового маркетингу та маркетингу інформаційних продуктів та послуг. • 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. • 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.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Спрямована на підготовку фахівців, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями практичними навичками для здійснення маркетингової, адміністративної, аналітичної, проектної та дослідницької діяльності з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю відповідно до тенденцій діджиталізації; здатні здійснювати професійну діяльність та вирішувати складні завдання щодо інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу, що характеризується невизначеністю умов і вимог; володіють навиками проведення досліджень, можуть презентувати та обговорювати їх результати державною та іноземною мовами.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта та професійна підготовка з акцентом на формування та розвиток комплексу фахових компетенцій для подальшої кар'єри в області маркетингу. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, стратегічний маркетинг, цифровий маркетинг, маркетинг інформаційних продуктів та послуг.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма спрямована на створення належних умов для формування академічної свободи здобувачів та побудови їх власної освітньої траєкторії професійного розвитку шляхом набуття сукупності професійних і соціальних навичок, необхідних для маркетингової діяльності та формування фахівців з новим перспективним цифровим способом ринкового мислення, здатних не лише використовувати наявні методи, технології та інструменти

	маркетингу, інформаційні системи, необхідні для підтримки та прийняття маркетингових управлінських рішень, а й імплементувати та удосконалювати їх. Програма складається зі збалансованого комплексу обов'язкових освітніх компонент, забезпечує широкий вибір здобувачем дисциплін, передбачає практичну підготовку, захист кваліфікаційної роботи. Можливість власного вибору здобувачем напряму професійного розвитку сприяє формуванню компетентності із суміжних галузей знань та/або поглиблений рівень фахових компетентностей, що дозволяє досягти таких унікальних професійних результатів навчання: – знати особливості процесу управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі; – знати маркетингові комунікаційні технології медіа-планування; – знати методологію прогнозування та дослідження ринку, технології розробки маркетингових планів, методики проведення рекламної кампанії; – знати особливості регіонального маркетингу; – вміти успішно проводити Інтернет-маркетингові дослідження; – вміти використовувати результати досліджень для розробки та реалізації маркетингової стратегії ринкового суб'єкта з урахуванням міжфункціональних зв'язків; – вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для підтримки маркетингових управлінських рішень. Формуванню академічної свободи здобувачів також сприяє можливість особистого вибору керівника практики, місця її проходження, теми та напряму дослідження в межах кваліфікаційної роботи. Програма також передбачає врахування регіонального та галузевих аспектів маркетингової діяльності за рахунок вибору здобувачами тем індивідуальних робіт (курсової та кваліфікаційної роботи), моделювання та розгляду міні-ситуації, кейсів, здійснення ситуаційного аналізу, виконання розрахунково-аналітичної роботи, підготовки публікацій, проведення досліджень.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування у приватному та публічному секторах різних галузей економіки на керівних посадах у сфері внутрішнього та міжнародного маркетингу, управління структурними підрозділами з маркетингу, широким спектром процесів та операцій у наданні маркетингових послуг, а також у закладах вищої освіти на посадах викладачів, наукових співробітників. <i>Посади згідно з Національним класифікатором України: Класифікатор професій ДК 003:2010</i> 1210.1 Керівники підприємств, установ та організацій. 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі. 1229.1 Керівні працівники апарату центральних органів державної влади. 1229.3 Керівні працівники апарату місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування. 1229.4 Керівники підрозділів у сфері освіти та виробничого

	навчання. 1231 Керівники фінансових, бухгалтерських, економічних, юридичних та адміністративних підрозділів та інші керівники. 1233 Керівники підрозділів маркетингу. 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю. 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання. 1238 Керівники проєктів та програм. 131 Керівники малих підприємств без апарату управління. 141 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів. 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі. 1453 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті. 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами. 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки. 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління. 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами. Професіонали: 2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів. 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність). 2419.2 Фахівець з маркетингової аналітики та прогнозування. 2419.3 Професіонали державної служби та місцевого самоврядування. Фахівці: 3413 Агенти з торгівлі майном. 3415 Технічні та торговельні представники. 3416 Закупники. 3417 Оцінювачі та аукціоністи. 3419 Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі. 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери: 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів. 3422 Агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції. 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери. 3436 Помічники керівників. 3439 Інші технічні фахівці в галузі управління.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього освітньо-наукового рівня вищої освіти (НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – третій цикл, EQF- LLL – 8 рівень). Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання здійснюється на засадах студентоцентрованого навчання, самонавчання, проблемно-орієнтованого навчання з використанням активних методів та комбінованого підходу до навчання: поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання з використанням тематичних, проблемних, оглядових

	лекцій, в тому числі за участю фахівців-практиків, проведення презентацій, дискусій, застосування методу кейс-стаді із розв'язанням реальних завдань, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих задач, роботи в малих групах. Акцент робиться на особистому саморозвитку, умінні презентувати результати навчання, що сприяє формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя. Викладання проводиться у вигляді лекцій, семінарських і практичних занять, консультацій, практик, наукових конференцій, тренінгів, мультимедійних презентацій, самонавчання, дистанційного навчання в системі Moodle.
Оцінювання	Накопичувальна бально-рейтингова система, яка включає оцінювання всіх видів аудиторної та поза аудиторної роботи здобувачів вищої освіти. Поточний контроль – усні та письмові відповіді, тестування, експрес-опитування, презентації результатів виконаних індивідуальних та групових завдань, поточний рубіжний контроль, захист рефератів. Підсумковий контроль – іспити та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Підсумкова атестація – підготовка та захист кваліфікаційної роботи.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог (ІК)
Загальні компетентності	ЗК1. 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. ЗК 9. Здатність забезпечувати організацію цивільного захисту у разі виникнення надзвичайних ситуацій.
Спеціальні (фахові) компетентності	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. <i>Спеціальні (фахові) компетентності, визначені закладом вищої освіти</i> СК10. Здатність застосовувати професійні знання у сфері цифрового маркетингу, маркетингу інформаційних продуктів та послуг. СК11. Здатність ефективно використовувати інформаційні та комунікаційні технології, необхідні для підтримки маркетингових управлінських рішень. СК 12. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних заходів у сфері маркетингу.
--	---

7 - Програмні результати навчання

- P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.
- P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.
- P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
- P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти

- P16. Вміти розробляти, планувати, та здійснювати практичну реалізацію інноваційних заходів в маркетинговій діяльності підприємства /організації
- P17. Використовувати методи економіко-математичного моделювання, новітні

інформаційні, комунікаційні технології для розв'язання професійних завдань та інформаційно-аналітичної підтримки прийняття маркетингових рішень.

P18. Вміти розробляти, планувати, організовувати та впроваджувати заходи цифрового маркетингу, маркетингу інформаційних продуктів та послуг.

P19. Досліджувати, аналізувати та ідентифікувати небезпеки навколишнього середовища, класифікувати надзвичайні ситуації, здійснювати їх прогнозування.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Гарант освітньої програми: доктор економічних наук зі спеціальності «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», професор, завідувач кафедри, має стаж науково-педагогічної роботи (18 років). До проведення лекцій з навчальних дисциплін відповідно з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», здійснення наукового керівництва кваліфікаційними роботами залучаються науково-педагогічні працівники, рівень наукової та професійної активності кожного з яких засвідчується виконанням за останні п'ять років не менше чотирьох умов, зазначених у пункті 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджених Постановою КМУ від 30 грудня 2015 р., № 1187 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). Науково-педагогічні працівники, які виконують усі види навчального навантаження з навчальних дисциплін відповідно з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», мають наукові публікації відповідно до профілю дисциплін, які вони викладають, та проходять підвищення кваліфікації не рідше одного разу на п'ять років. До проведення наукових семінарів, конференцій, круглих столів тощо для здобувачів освітньо-професійної програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» залучаються вітчизняні висококваліфіковані фахівці-практики.
Матеріально-технічне забезпечення	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями (використання у навчальному процесі 2-х комп'ютерних класів кафедри) та прикладними комп'ютерними програмами достатня для виконання навчальних планів. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура (бібліотека з трьома читальними залами; їдальня, кафе; актовa зала на 500 місць; спортивна зала; спортивні майданчики (футбольне поле, баскетбольне поле, тренажерний); медичний пункт, база відпочинку, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам.
	Офіційний веб-сайт університету http://www.kntu.kr.ua містить інформацію про структурні підрозділи, офіційну нормативну документацію та внутрішні нормативні документи ЦНТУ, ліцензії та сертифікати про акредитацію, інформацію щодо навчальної, наукової і виховної діяльності, освітні програми, дистанційне навчання, правила прийому, контактну інформацію. Інформаційне забезпечення освітньої діяльності відповідно до

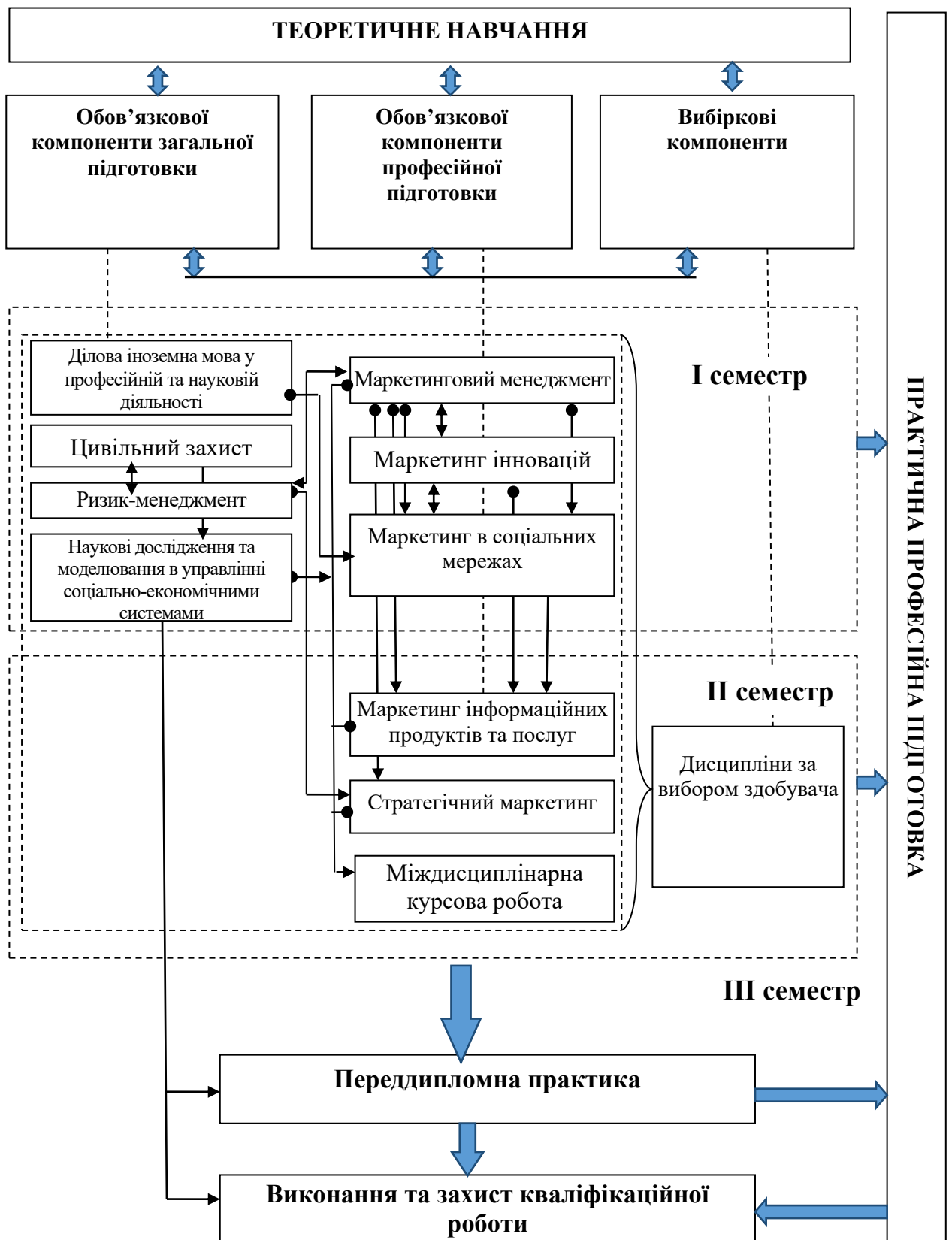
	освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» включає: 1. Наявність бібліотеки з трьома читальними залами із загальним фондом близько 500 тис. примірників. 2. Можливість користуватися пошуком в Електронному каталозі бібліотеки через локальну мережу університету, база даних якого налічує 131370 записів. 3. Вільний доступ до репозитарію ЦНТУ CUNTUR, де можна ознайомитися з науковими працями та навчально-методичними матеріалами викладачів та аспірантів ЗВО, переглянути повнотекстові публікації наукових збірників видавництва університету, матеріали студентських конференцій та тези доповідей, автореферати та дисертації тощо. 4. Доступ до системи дистанційного навчання Moodle, яка містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін спеціальності. 5. Доступ до спеціалізованих періодичних видань. 6. Наявність необмеженого доступу до мережі Інтернет з точками бездротового доступу. Навчально-методичне забезпечення освітньої діяльності спеціальності D5 «Маркетинг» включає опис освітньої програми, навчальний план та пояснювальну записку до нього, комплекси навчально-методичного забезпечення та навчальних матеріалів (підручників, навчальних посібників, методичних вказівок) з кожної навчальної дисципліни навчального плану, силабуси.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України. На основі укладених угод між ЦНТУ та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ЦНТУ та зарубіжними закладами вищої освіти Працюють програми обмінів для здобувачів, викладачів і науковців країн Європи в рамках програми Erasmus та обміну студентами між університетами європейського континенту – TEMPUS/TACIS. Міжнародну співпрацю з економічного напрямку представляють: Батумський державний університет ім. Шота Руставелі (Грузія); Університет інформатики та прикладних знань (Лодзь, Польща); Білостоцький університет (Польща); Університет економіки у місті Бидгощ, Польща (Wyższa Szkoła Gospodarki, WSG); Центральнo-Європейський Університет, м. Скаліца (Словацька Республіка), Державний MohawkCollege (Канада) та інші

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/ роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОК			
1	Освітні компоненти загальної підготовки		
ЗП.1	Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності	4	залік
ЗП.2	Наукові дослідження та моделювання в управлінні соціально-економічними системами	4	екзамен
ЗП.3	Ризик-менеджмент	3	залік
ЗП.4	Цивільний захист	2	залік
2	Освітні компоненти професійної підготовки		
ПП.1	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ПП.2	Маркетинг інновацій	4	екзамен
ПП.3	Маркетинг в соціальних мережах	4	залік
ПП.4	Маркетинг інформаційних продуктів та послуг	4	екзамен
ПП.5	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ПП.6	Міждисциплінарна курсова робота	3	диференційований залік
ПП.7	Переддипломна практика	7	диференційований залік
	Виконання та захист кваліфікаційної роботи	23	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66	
ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
ВК	Дисципліни за вибором здобувача освіти	24	
Загальний обсяг вибірових компонент		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідно до освітньо-професійної програмою «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота 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. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота розміщується на офіційному сайті закладу вищої освіти. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства

4. Матриця відповідності програмних компетенцій компонентам освітньої програми

№	Компетентності	КОМПОНЕНТА										
		ЗП.1	ЗП.2	ЗП.3	ЗП.4	ПП.1	ПП.2	ПП.3	ПП.4	ПП.5	ПП.6	ПП.7
Загальні компетентності												
1	ЗК1			+	+	+	+		+	+		
2	ЗК2						+	+	+	+	+	+
3	ЗК3		+	+		+		+		+		
4	ЗК4			+	+			+				+
5	ЗК5	+			+		+	+				
6	ЗК6	+	+	+			+	+	+	+	+	+
7	ЗК7								+			
8	ЗК8					+	+			+		
9	ЗК9				+							
10	СК1					+	+		+		+	+
11	СК2	+		+		+		+	+		+	+
12	СК3		+								+	+
13	СК4	+					+	+	+			
14	СК5		+			+	+			+	+	+
15	СК6			+		+	+	+	+	+		
16	СК7					+				+		
17	СК8					+				+		
18	СК9	+	+					+			+	+
19	СК10							+	+			
20	СК11							+				
21	СК12							+	+	+		
	ІК	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми

№	Програмні результати навчання	КОМПОНЕНТА										
		ЗП.1	ЗП.2	ЗП.3	ЗП.4	ПП.1	ПП.2	ПП.3	ПП.4	ПП.5	ПП.6	ПП.7
1	Р ₁	+				+	+	+	+		+	+
2	Р ₂			+				+	+			+
3	Р ₃		+	+		+				+	+	+
4	Р ₄			+		+				+	+	+
5	Р ₅	+	+					+			+	+
6	Р ₆					+	+			+		
7	Р ₇					+		+	+	+	+	+
8	Р ₈	+					+	+			+	+
9	Р ₉					+	+	+	+		+	+
10	Р ₁₀		+	+		+					+	+
11	Р ₁₁					+			+	+	+	+
12	Р ₁₂					+	+	+		+		+
13	Р ₁₃			+		+	+	+	+	+		
14	Р ₁₄	+					+	+				
15	Р ₁₅		+	+		+	+		+		+	+
16	Р ₁₆							+	+	+	+	+
17	Р ₁₇		+				+	+	+		+	+
18	Р ₁₈							+	+		+	+
19	Р ₁₉			+	+							

6. Матриця відповідності компетентностей ОПІ дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння/навички	Комунікація	Відповідальність і автономія
	ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень ЗН2. Критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	УМ1. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур УМ2. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах УМ3. Здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	К1 Зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	ВА1. Управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів ВА2. Відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів ВА3. Здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії
		Загальні компетентності - 8		
ЗК1		УМ1	К1	ВА1
ЗК2	ЗН2	УМ3		ВА1
ЗК3	ЗН2	УМ2	К1	ВА2
ЗК4	ЗН2	УМ3		ВА1
ЗК5		УМ1	К1	ВА2
ЗК6	ЗН2	УМ2		ВА2
ЗК7	ЗН2	УМ1	К1	ВА3
ЗК8	ЗН1	УМ2	К1	ВА1
ЗК9		УМ1, УМ3	К1	ВА1
		Спеціальні (фахові) компетентності - 11		
СК1	ЗН1	УМ3		ВА3
СК2	ЗН2	УМ1	К1	ВА2
СК3	ЗН1	УМ1	К1	ВА2
СК4	ЗН2	УМ1	К1	ВА3
СК5	ЗН1	УМ3	К1	ВА1
СК6	ЗН2	УМ3	К1	ВА1
СК7	ЗН2	УМ2	К1	ВА1
СК8	ЗН2	УМ2	К1	ВА2
СК9	ЗН2	УМ1	К2	ВА2
СК10	ЗН1	УМ1, УМ2	К1	ВА1
СК11	ЗН1	УМ1, УМ2	К1	ВА2
СК12	ЗН2	УМ1	К1	ВА1

