


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Введено в дію наказом ректора  
НУ «Запорізька політехніка»  
від 31.08.2022 р. № 260



Ректор

 Віктор ГРЕШТА


**МАРКЕТИНГ**

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

<b>галузь знань</b>	<b>07 Управління та адміністрування</b>
<b>спеціальність</b>	<b>075 Маркетинг</b>
<b>кваліфікація</b>	<b>Магістр маркетингу</b>

Схвалено вченою радою  
НУ «Запорізька політехніка»  
(протокол від 31.08.2022 р. № 1)

Голова вченої ради

 Володимир БАХРУШИН

**Запоріжжя - 2022**

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою кафедри «Маркетинг та логістика» факультету економіки та управління у складі:

керівник групи:

Лифар Владислава Віталіївна,  
д.е.н., професор,  
завідувач кафедри маркетингу та логістики  
НУ «Запорізька політехніка»

  
В.В. Лифар

члени групи:

Зеркаль Анастасія Вікторівна,  
д.е.н., доцент,  
професор кафедри маркетингу та логістики  
НУ «Запорізька політехніка»

  
А.В. Зеркаль

Соколова Юлія Олександрівна,  
к.е.н., доцент,  
доцент кафедри маркетингу та логістики  
НУ «Запорізька політехніка»

  
Ю.О. Соколова

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

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Національний університет «Запорізька політехніка», кафедра «Маркетинг та логістика»
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Другий рівень вищої освіти, магістр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний. Обсяг програми - 90 кредитів ЄКТС
<b>Наявність акредитації</b>	ОПП акредитована. Протокол № 138 від 12.03.2020 р. Сертифікат про акредитацію серія УД № 08010997. Дійсний до 01.07.2024 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень; FQ-EHEA – другий цикл; EQF-LLL – 7 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність ступеня бакалавра
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	Сайт кафедри: <a href="https://zp.edu.ua/kafedra-marketyngu-ta-logistyky">https://zp.edu.ua/kafedra-marketyngu-ta-logistyky</a> Каталог освітніх програм університету: <a href="https://zp2022.zp.edu.ua/CatOP/EduProgs.php">https://zp2022.zp.edu.ua/CatOP/EduProgs.php</a>
<b>Термін дії освітньої програми</b>	1,5 роки
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка фахівців, здатних вирішувати складні завдання і проблеми у сфері маркетингу та здійснювати інноваційну професійну діяльність	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (075 Маркетинг 07 Управління та адміністрування)</b>	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><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.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p>

	<i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма орієнтується на сучасні наукові дослідження в сфері маркетингу, враховує специфіку діяльності підприємств в умовах диджиталізації. Практична зорієнтованість здобувача вищої освіти визначає професійну кар'єру, спрямовану на формування аналітичних та організаційних навичок для здійснення ефективної управлінської маркетингової діяльності.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Акцент робиться на здобутті знань з маркетингу, який передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти та кар'єрного зростання. Передбачено поглиблені фахові знання з розробки та впровадження маркетингових стратегій, цифрового маркетингу, міжнародної маркетингової діяльності, управління маркетинговою та рекламною діяльністю, методології прикладних досліджень у маркетингу. Зокрема освітньо-професійна програма надає можливість підготовки магістрів за двома актуальними векторами на вибір: Інновації у маркетингу та Маркетинг у сфері торгівлі. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, інновації, стратегія маркетингу, цифровізація, методологія маркетингових досліджень.
<b>Особливості програми</b>	Програма враховує сучасні тенденції розвитку маркетингу, що визначаються поєднанням інструментів класичного маркетингу та цифрового маркетингу. Структура програми передбачає вивчення теорії і практики маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіння інноваційними методами професійної діяльності. Безперервні зміни в сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на диджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркових дисциплін освітньої програми періодично оновлюється, що дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери інтернет-технологій в маркетингу.
<b>4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Магістр маркетингу може займати первинні посади (за ДК 003:2010): 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу Консультант з маркетингу Консультант з ефективності підприємництва Рекламист Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Можуть набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Підходи до викладання та навчання:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- інтенсивний характер навчання (усі заняття базуються на активному залученні слухачів до освітнього процесу через дискусії, розгляд проблемних ситуацій, засідання наукового студентського гуртка);</li> <li>- практична спрямованість (використовуються приклади та ситуаційні вправи з практики промислових і торговельних підприємств, які функціонують на українському та міжнародному ринках);</li> <li>- використання інноваційних технологій (можливість самостійної роботи студентів з використанням електронних підручників, використання мультимедійних технологій під час лекційних та практичних занять).</li> </ul> <p>Лекційні заняття поєднуються з практичними заняттями, робочими зустрічами з фахівцями в галузі маркетингу, керівниками підприємств, презентаціями виконаних завдань. Практикується студентсько-центроване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, самонавчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, що розміщені в репозитарії бібліотеки НУ «Запорізька політехніка». Проведення консультацій викладачами</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, не зараховано); 100-бальною шкалою та шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Засоби оцінювання: тестування, опитування, контрольні роботи, письмові екзамени, захист курсової роботи зі «Стратегічного маркетингу», звіт з переддипломної практики. Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<b>Спеціальні компетентності спеціальності (СК)</b>	<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</p>

	фахом.
	<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>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
<b>Програмні результати навчання (РН)</b>	<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 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>РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового</p>

	<p>суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам ліцензійних умов. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерна лабораторія, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу.</p> <p>До послуг студентів і викладачів є також читальний зал на 80 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>Офіційний веб-сайт <a href="http://www.zp.edu.ua">http://www.zp.edu.ua</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в електронному інституційному репозитарії наукової бібліотеки НУ «Запорізька політехніка»: <a href="http://eir.zp.edu.ua/">http://eir.zp.edu.ua/</a></p> <p>Читальні зали бібліотеки забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі інформаційні електронні ресурси наукової бібліотеки доступні через сайт університету: <a href="http://library.zp.edu.ua/">http://library.zp.edu.ua/</a></p> <p>Вільний доступ через сайт НУ «Запорізька політехніка» до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Відповідно до укладених угод НУ «Запорізька політехніка»</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між НУ «Запорізька політехніка» та закладами вищої освіти країн-партнерів</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	<p>Умови та особливості ОП в контексті навчання іноземних громадян. Відповідно до вимог чинного законодавства</p>

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «магістр» за циклами підготовки спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»)

<b>Спеціальність 075 Маркетинг (освітня програма «Маркетинг»)</b>			
шифр	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ОК 01	Соціальна відповідальність	3,5	екзамен
ОК 02	Методологія та організація наукових досліджень	3,5	залік
ОК 03	Цифровий маркетинг	4	екзамен
ОК 04	Управління проектами	4	екзамен
ОК 05	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОК 06	Стратегічний маркетинг	5	залік, КР
ОК 07	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОК 08	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК 09	Методологія прикладних досліджень у маркетингу	4	залік
ОК 10	Переддипломна практика	9	д/з
ОК 11	Дипломування	21	атест.
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>67</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
Вибіркові компоненти даної освітньо-професійної програми			
ВК 01		4	
ВК 02		4	
ВК 03		4	
ВК 04		4	
Всього за цикл		16	
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм			
ВК 05		3	
ВК 06		4	
Всього за цикл		7	
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>23</b>	
<b>Загальний обсяг ОП</b>		<b>90</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Всі дисципліни розташовані у логічній послідовності для формування загальних і фахових компетентностей у здобувачів вищої освіти та отримання відповідних програмних результатів навчання.



### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Випускна атестація проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінювання якості вирішення здобувачами вищої освіти завдань діяльності, що передбачені даною освітньо-професійною програмою, та рівня сформованих компетентностей, зазначених у розділі 1 пункт 6.

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно. Атестацію та присвоєння кваліфікації магістр маркетингу здійснює Екзаменаційна комісія, до складу якої можуть бути залучені представники роботодавців та їх об'єднань. Склад Екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	OK01	OK02	OK03	OK04	OK05	OK06	OK07	OK08	OK09	OK10	OK11
ЗК1				+	+			+	+	+	+
ЗК2						+				+	+
ЗК3										+	+
ЗК4	+							+		+	+
ЗК5	+									+	+
ЗК6		+			+		+		+	+	+
ЗК7			+							+	+
ЗК8			+					+		+	+
СК1				+		+			+	+	+
СК2		+							+	+	+
СК3		+							+	+	+
СК4					+	+				+	+
СК5				+						+	+
СК6							+	+		+	+
СК7				+						+	+
СК8								+		+	+

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

	OK01	OK02	OK03	OK04	OK05	OK06	OK07	OK08	OK09	OK10	OK11
РН1						+	+		+	+	+
РН 2							+		+	+	+
РН 3		+							+	+	+
РН 4				+						+	+
РН 5		+									+
РН 6			+					+		+	+
РН 7						+		+		+	+
РН 8	+									+	+
РН 9					+		+		+	+	+
РН 10				+			+			+	+
РН 11				+						+	+
РН 12				+		+		+		+	+
РН 13								+			+
РН 14	+					+	+	+		+	+
РН 15		+			+	+				+	+

**6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

Освітньо-професійна програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №1556-VII. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України № 960 від 10 липня 2019 р.

3. Класифікатор професій ДК 003:2010. Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 25.10.2021 № 810.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України»

/ ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-p>.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (у редакції наказу №1254 від 01.10.2019) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

Керівник проектної групи,  
(гарант освітньої програми)  
д.е.н., професор



В.В. Лифар

## ДОДАТОК А

### СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА

