МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ ректора
Полтавського університету економіки і торгівлі
№ 40-Н від 31 січня 2024 року
Ректор _____ Олексій НЕСТУЛЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішенням Вченої ради
Полтавського університету економіки і торгівлі
Протокол № 1 від 31 січня 2024 року
Голова Вченої ради _____ Олексій НЕСТУЛЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
(номер та назва спеціальності)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр та назва галузі знань)

Освітня кваліфікація магістр маркетингу
(назва кваліфікації)

Полтава 2024

Лист погодження

ПОГОДЖЕНО

№ з/п	Посада	Прізвище, ім'я, по батькові	Науковий ступінь, учене звання	Підпис
1	Перший проректор	Педченко Наталія Сергіївна	д.е.н., професор	
2	Директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти	Гасій Олена Володимирівна	к.е.н., доцент	
3	Директор Навчально-наукового інституту денної освіти	Ткаченко Аліна Сергіївна	к.т.н., доцент	
4	Завідувач кафедри маркетингу	Карпенко Наталія Володимирівна	д.е.н., професор	
5	Гарант освітньої програми	Карпенко Наталія Володимирівна	д.е.н., професор	

Робоча група освітньої програми:

1. Карпенко Наталія Володимирівна, керівник проектної групи, гарант освітньої програми, завідувач кафедри маркетингу, д.е.н., професор;
2. Іваннікова Марина Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
3. Трайно Вікторія Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н.
4. Яловега Наталія Іванівна – доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
5. Коновалова Надія Яківна – директор з маркетингу та реклами ТРЦ «Київ»;
6. Костенко Алла Олексіївна – виконавчий директор ТОВ «KONSORT»;
7. Кривенко Людмила Грігоріївна – випускниця спеціальності «Маркетинг» ПУЕТ (2019), маркетолог у ХімАгроСтеп;
8. Полєва Яна – випускниця другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
9. Баранова Анастасія – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
10. Торяник Валерія – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
11. Данилейко Максим – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Інтернет-маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена на підставі Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за галуззю знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 «Маркетинг» (затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.).

Освітня програма розглянута і схвалена Вченою радою Навчально-наукового інституту денної освіти (протокол № 3 від 29 січня 2024 р.).

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Полтавський університет економіки і торгівлі, Навчально-науковий інститут денної освіти, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: магістр Спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Маркетинг
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки.
Наявність акредитації освітньої програми	Сертифікат про акредитацію спеціальності (освітньої програми) за рівнем магістр № 6707 від 26.12.2023 р. Термін дії – до 01.07.2029 р.
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України (НРК) – 7 рівень. Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA) – другий цикл. Європейська рамка кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL) – 7 рівень.
Передумови	Наявність диплома бакалавра, магістра, спеціаліста. Умови вступу визначаються Правилами прийому до Полтавського університету економіки і торгівлі в 2024 році (https://vstup.puet.edu.ua/dokumenty/)
Мова викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://vstup.puet.edu.ua/osvitno-profesijni-programy/
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Мета ОП відповідає Місії та Стратегії розвитку університету на 2023-2027 роки (http://www.puet.edu.ua/sites/default/files/str_rozv_puet_2023_2027.pdf). ОП спрямована на формування у майбутніх висококваліфікованих фахівців таких компетентностей, як: здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта; маркетингового аналізу та прогнозування; обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі;	

здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків; формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування, тощо.	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область	*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-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. ***Загальний обсяг освітньо-професійної програми:*** 90 кредитів ЄКТС, у тому числі: - обов'язкові навчальні дисципліни – 48 кредитів ЄКТС, 53 %; - вибіркові навчальні дисципліни – 25 кредитів ЄКТС, 28 %; - практична підготовка – 10 кредитів ЄКТС, 11 %; - підсумкова атестація – 7 кредитів ЄКТС, 0,8 %.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна. Програма професійна прикладна. Акцент ОП робиться на здобутті знань та умінь у сфері маркетингу, необхідних для працевлаштування на підприємствах різних форм власності та галузей

	діяльності і на профільних посадах в органах державної влади, місцевого самоврядування, відкриття і ведення власної справи або можливості продовження освіти (магістерські професійні та наукові програми, PhD).
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Вища освіта в галузі знань «Управління та адміністрування» зі спеціальності «Маркетинг». ***Ключові слова:*** маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетинговий аналіз, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингове забезпечення діяльності підприємства, маркетингове стратегічне управління, маркетинговий менеджмент, стратегії бренду.
Особливості програми	Наявність значної практичної складової (10 кредитів) сприяє набуттю здобувачами конкурентних переваг на вітчизняному та закордонному ринку праці. Додаткове вивчення методологічних підходів до ведення наукових досліджень дозволить розвинути наукову складову маркетингової діяльності через розробку та впровадження результатів подальших дисертаційних досліджень та науково-дослідних робіт. Вивчення сучасних напрямів маркетингової орієнтації підприємств у дисциплінах HR-маркетинг, Маркетингове забезпечення інноваційного продукту, Дизайнерське мислення: стратегія та творчий процес, Медіа-планування дозволить сформувати високо конкурентні компетентності професіонала з маркетингу, який здатний реалізовувати маркетинговий інструментарій в сучасному цифровому середовищі. Наявність білінгвальних освітніх компонент дозволить підвищити навички професійної англійської мови маркетологів. Широкий перелік вибіркових навчальних дисциплін, як професійної підготовки так й загальноуніверситетських.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівці підготовлені до роботи і здатні виконувати професійні діяльності за секціями відповідно до КВЕД 009:2020: **70.10. Діяльність головних управлінь (хед-офісів)** (спостереження й управління різними підрозділами компанії або підприємства; здійснення стратегічного й організаційного планування та прийняття рішень щодо ролі компанії або підприємства; встановлення оперативного контролю й управління щоденними операціями відповідних підрозділів, а саме: головних управлінь (хед-офісів); централізованих адміністративних офісів; корпоративних офісів; районних і

	регіональних офісів; допоміжних офісів з управління) **70.22. Консультування з питань комерційної діяльності й керування** (надання консультаційних послуг, управлінської та організаційної підтримки компаніям та іншим організаціям з питань керування, корпоративного стратегічного й оперативного планування, визначення напрямів розвитку бізнесу, управління змінами, маркетингових цілей і політики, планування виробництва та контролю. Надання комерційних послуг може включати консультування, управлінську й організаційну підтримку компаній і громадських організацій відносно: консультування та підтримки компаній і громадських організацій у сфері планування, організаційних заходів) **85.41. Професійно-технічна освіта на рівні вищого професійно-технічного навчального закладу** (надання освіти після здобуття середньої освіти, яка не може вважатися вищою освітою. Наприклад, надання допоміжної освіти після здобуття середньої освіти для підготовки до другого етапу вищої освіти або невищої професійної освіти). **85.42. Вища освіта** (перший, другий і третій рівні вищої освіти) **Фахівці підготовлені до роботи в галузі економіки управління та адміністрування і здатні виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010:** 1231 - 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 1317 – Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.) Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.) 2310.2 – Викладач вищого навчального закладу 2419.1 – Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) **International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO - 08):** 1120 – Managing Directors and Chief Executives 1213 – Policy and Planning Managers 1219 – Business Services and Administration Managers Not Elsewhere Classified 1221 – Sales and Marketing Managers 1222 – Advertising and Public Relations Managers

	1223 – Research and Development Managers 1324 – Supply, Distribution and Related Managers 1420 – Retail and Wholesale Trade Managers 2310 – University and Higher Education Teachers 2431 – Advertising and Marketing Professionals
Подальше навчання	Можливість продовження навчання на третьому рівні освітньо-наукового циклу вищої освіти – 8-му кваліфікаційному рівні НРК; підвищувати свій науково-професійний рівень у аспірантурі та докторантурі в Україні та за кордоном; набувати іншого фаху навчаючись в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемноорієнтоване навчання, індивідуальна освітня траєкторія, використання дистанційних технологій в освітньому процесі – система Moodle (https://el.puet.edu.ua/), навчання на основі самостійних досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, самостійної роботи, індивідуальних занять тощо.
Оцінювання	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування, заліки (ПМК) й екзамени (усні та письмові), презентації, виконання поточних модульних робіт, захист звітів з навчальної (асистентської) та виробничої (переддипломної) практик, публічний захист кваліфікаційної роботи. Атестація здійснюється у формі публічного захисту магістерської роботи та атестаційного екзамену з другої іноземної мови і перекладу (німецька). Система оцінювання ґрунтована на принципах академічної доброчесності та прозорості. Оцінювання навчальних досягнень: 4-х бальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальна шкала університету, шкала ЄКТС (A, B, C, D, E, F, FX)
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	ЗК01. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК02. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК03. Здатність оцінювати та забезпечувати ЗК04. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК05. Навички міжособистісної взаємодії.

	ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК07. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК08. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК02. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК03. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК04. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК05. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК06. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК07. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК08. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК09. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. ***Додаткові компетентності:*** СК10. Здатність адаптувати та управляти сучасною маркетинговою діяльністю в умовах цифрової економіки. СК11.
7 – Програмні результати навчання	
ПР01. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР02. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР03. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР04. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР05. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР06. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПР07. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПР08. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР09. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із	

застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ***Додаткові програмні результати*** ПР16. Організовувати та управляти маркетинговою діяльністю підприємств в інтернет-середовищі.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Викладання навчальних дисциплін на ОП забезпечують професорсько-викладацький склад кафедри маркетингу (професорів, докторів наук – 1 особа, доцентів, кандидатів наук – 4 особи), а також науково-педагогічні працівники інших кафедр університету. Науково-педагогічні працівники, які реалізують виконання ОП володіють високою педагогічною майстерністю, мають відповідну кваліфікацію, професійні компетентності та досвід у сфері освітньої та наукової діяльності. Залучення практиків та професіоналів у сфері маркетингу до освітнього процесу. Гарант та науково-педагогічний склад, що забезпечує реалізацію ОП, відповідають вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти.
Матеріально-технічне забезпечення	*Матеріально-технічне забезпечення* навчальних спеціалізованих лабораторій і кабінетів є відповідає сучасним вимогам (мультимедійне та спеціальне обладнання) та дозволяє у повному обсязі забезпечити виконання навчальних програм з навчальних дисциплін за ОП. Обладнання лекційних аудиторій, лабораторій та спеціалізованих кабінетів, що забезпечують навчальний процес за ОП у відповідності до навчального плану в університеті (№/площа м^2): 1) Лабораторії та кабінети кафедри маркетингу №139/53,1; 4) лекційні аудиторії на 56-110 посадочних місць з мультимедійним комплексом (ПК з підключенням до локальної і глобальної мереж, стаціонарний мультимедійний проектор) №507, №230, №405, №209, №3М, №3аМ, №224, №419, №523, №336,

	№435, №114; 5) електронні читальні зали № 1 (135)/186,0, №2(143)/554,0; 6) медіатека №(136)/140,7; 7) спорткомплекс «Олімп» / 3209,4. Базами практики є підприємства, які відповідають профілю підготовки молодших бакалаврів зі спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг», та з якими укладені договори на практичну підготовку студентів. Усі здобувачі мають гарантоване місце проходження стажування за кордоном (Туреччина, Болгарія, Німеччина, США, Китай).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Викладання усіх навчальних дисциплін, проходження виробничих практик забезпечено підручниками, навчально-методичними посібниками, методичними рекомендаціями, програмами практик та дистанційними курсами авторства викладачів ПУЕТ або інших провідних фахівців України у сфері маркетингу. Здобувачі вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та викладачі можуть використовувати бібліотеку університету, електроний читальний зал, інституційний репозитарій ПУЕТ. Інформаційні ресурси бібліотеки ПУЕТ за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі. Здобувачі вищої освіти можуть отримати доступ до всіх друкованих видань різними мовами, включаючи монографії, навчальні посібники, підручники, словники, тощо. Бібліотека забезпечена вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді - не менш як п'ять найменувань. Для дистанційного доступу до навчально-методичних матеріалів використовується платформа Moodle, на якій розміщуються матеріали дистанційних курсів.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двостороннього договору між Львівським торговельно-економічний університет, Полтавським державним аграрним університетом, Хмельницьким національним університетом, Західноукраїнським національним університетом.
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ КА1 на основі двосторонніх договорів між Університетом та навчальними закладами країн-партнерів: Hellenic

	Mediterranean University (Грецька Республіка); Ljubljana School of Business (Республіка Словенія); Kodolanyi Janos University (Угорщина); Katowice School of Economics (Республіка Польща) Utenos kolegija, University of Applied Sciences (Литовська Республіка); Universidad de Granada (Королівство Іспанія); Vidzeme University of Applied Sciences (Латвійська Республіка); West University of Timisoara (Румунія); Mardin Artuklu University (Турецька Республіка); програма академічних обмінів Турецької Республіки «Mevlana».
Навчання іноземців та осіб без громадянства	Підготовка магістрів за освітньою програмою англійською мовою викладання здійснюється науково-педагогічними працівниками із відповідним (не нижче B2) рівнем володіння мовою та із залученням до навчального процесу перекладачів із числа викладачів кафедр ділової іноземної мови та української та іноземних мов та перекладу.

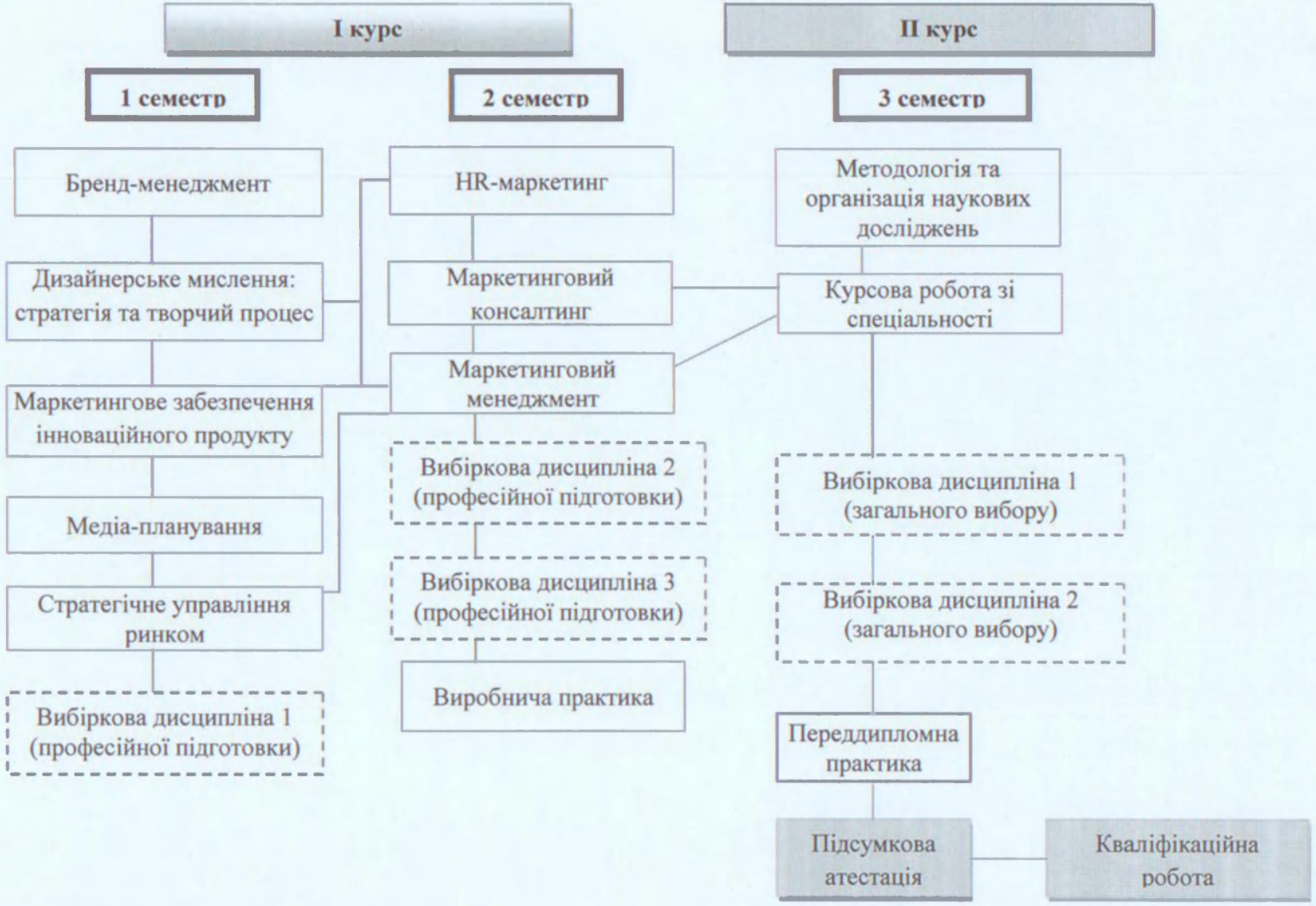
2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові освітні компоненти		**48**	
Цикл професійної підготовки		**48**	
ОК01	HR-маркетинг	5	залік
ОК02	Бренд-менеджмент	5	залік
ОК03	Дизайнерське мислення: стратегія та творчий процес	5	залік
ОК04	Курсова робота зі спеціальності	3	
ОК05	Маркетингове забезпечення інноваційного продукту	5	екзамен
ОК06	Маркетинговий консалтинг	5	екзамен
ОК07	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК08	Медіа-планування	5	залік
ОК09	Методологія та організація наукових досліджень (англійська, українська)	5	залік
ОК10	Стратегічне управління ринком	5	екзамен
Вибіркові освітні компоненти		**25**	
Цикл загальної підготовки		**10**	
ВК01	Вибіркова дисципліна 1	5	залік
ВК02	Вибіркова дисципліна 2	5	залік
Цикл професійної підготовки		**15**	
ВК03	Дисципліна професійного вибору 1	5	залік
ВК04	Дисципліна професійного вибору 2	5	залік
ВК05	Дисципліна професійного вибору 3	5	залік
Практична підготовка		**10**	
ОК11	Виробнича практика	5	залік
ОК12	Переддипломна практика	5	залік
Атестація		**7**	
	Кваліфікаційна робота	6	
	Захист кваліфікаційної роботи	1	
	Загальна кількість годин навчальних занять	**90**	

Примітки: Перелік вибіркових компонент формується щороку та розміщується на сайті університету http://puet.edu.ua/uk/vibirkovi-disciplini

2.2. Структурно-логічна схема освітнього процесу



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі: публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота – це самостійна науково-дослідницька робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття ступеня магістра за спеціальністю «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» для встановлення відповідності отриманих здобувачем вищої освіти результатів навчання вимогам стандартів вищої освіти, дає змогу виявити рівень засвоєння студентом теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи на первинних посадах відповідно до узагальненого об'єкта діяльності. Її мета – розв'язання складної задачі або проблеми в сфері маркетингу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог. Тема роботи має відображати проблематику функціональних напрямів управлінської діяльності і конструюватися на основі виробничих функцій та типових завдань діяльності, що формують складові професійної компетентності магістра. Виклад змісту кожного питання роботи має бути цілісним, логічним, доказовим, пояснювальним та науково аргументованим. У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Науковий керівник зобов'язаний при здійсненні контролю підготовки кваліфікаційної (дипломної) роботи забезпечити її перевірку на наявність порушення студентами правил професійної етики. Виявлення плагіату – є підставою для недопущення роботи до захисту (про дану перевірку студент попереджається завчасно – при затвердженні теми та плану роботи). Захист кваліфікаційної (дипломної) роботи відбувається прилюдно на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії. Для публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційної (дипломної) роботи та запобігання академічного плагіату робота оприлюднюється у репозитарії університету (http://dspace.puet.edu.ua/).
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Документ встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації: магістр маркетингу

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компетентності ОПП	Компоненти ОПП												
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ПА
		Загальні компетентності											
ЗК01		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	
ЗК02	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК03	+		+	+	+	+		+		+	+		
ЗК04	+				+		+	+	+	+	+		
ЗК05	+		+	+	+		+	+			+		
ЗК06	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+
ЗК07			+			+	+			+			
ЗК08	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	
		Спеціальні компетентності											
СК01	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК02	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК03	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+
СК04	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
СК05		+	+	+		+	+	+		+	+	+	+
СК06		+	+	+		+	+	+	+	+	+		
СК07		+	+	+			+		+	+	+	+	+
СК08		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
СК09	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+
СК10		+		+	+			+	+				+

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

Програмні результати навчання	Компоненти ОПП											
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12
ПР01		+		+	+		+			+	+	
ПР02				+		+		+		+	+	+
ПР03			+	+			+	+		+	+	
ПР04								+	+	+	+	
ПР05	+			+	+		+					
ПР06		+	+					+	+			+
ПР07				+		+				+	+	
ПР08	+		+	+			+					
ПР09			+				+	+		+	+	+
ПР10				+				+		+		
ПР11				+			+			+	+	
ПР12							+			+	+	+
ПР13			+	+				+		+	+	
ПР14			+				+	+		+	+	
ПР15		+					+					
ПР16		+		+		+			+			