

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Протокол № 7 від 04.05.2020 р.

Голова Вченої ради

Ректор **В. С. Пономаренко**



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

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

Харків, 2020

I. Преамбула

1. ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Освітньо-професійна програма вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг другого рівня вищої освіти затверджена та введена в дію Наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця від 04.05.2020р. № 55 у відповідності до рішення вченої ради університету від 04.05.2020 р. Протокол №7.

2. РОЗРОБНИКИ ОПП

Лисиця Надія Михайлівна. – д.с.н., професор;

Орлов Петро Аркадійович –д.е.н., професор;

Рожко Віктор Іванович – к.е.н., доцент;

Фастовець Тетяна Олександрівна – здобувач вищої освіти;

Коваль Андрій Анатолійович – генеральний директор Приватного акціонерного товариства «Харківський тракторний завод» (АТ «ХТЗ»)

II. Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень / Магістр
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Освітня кваліфікація	Магістр з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Магістр з маркетингу
Опис предметної області	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права випускників	Магістр може продовжувати освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем, підвищувати кваліфікацію, отримувати додаткову післядипломну освіту
Працевлаштування випускників	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: Керівник (директор, виконавчий директор, начальник та ін.) відповідного напрямку 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
--	--

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Обсяг освітньо-професійної програми підготовки магістрів галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг:

- на базі повної освіти рівня бакалавр за спеціальністю 075 Маркетинг (з обсягом навчання – 240 кредитів ЄКТС) – 90 кредитів ЄКТС,

Термін навчання:

очна форма – 1 рік 4 місяця;

заочна форма – 1 рік 4 місяця.

Обсяг кредитів ЄКТС для здобуття ступеня магістра зі спеціальності 075 Маркетинг

Цикли підготовки	Кількість кредитів ECTS
Освітньо-професійна програма магістра за циклами:	90 (100%)
Цикл професійної підготовки	62 (68,9 %)
у т. ч.	у т. ч.
базові початкові дисципліни	39 (43,3%)
у т. ч. курсовий проект (робота)	1 (1,1%)
вибіркові навчальні дисципліни (маг-майнори)	23 ((25,6)
Цикл практичної підготовки	9 (10,0 %)
Підсумкова атестація	19 (21,1 %)

Вибіркова складова освітньо-професійної програми складається з:

МАГ-МАЙНОР – умовна назва навчальних дисциплін, які обираються студентами для включення до свого індивідуального навчального плану та які відображають його інтереси, вподобання та плани на майбутнє працевлаштування. Дисципліни МАГ-МАЙНОР є обов'язковими для вибору студентами і входять до загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньо- професійною програмою підготовки магістрів. Загальний обсяг МАГ- МАЙНОР складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

IV. 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	ЗК1. Здатність прийняття обґрунтованого 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, обробки та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

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**).

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РН1. Розуміти та аналізувати глобальні економічні процеси та визначати їх вплив на маркетингову діяльність підприємств.

РН2. Застосовувати в навчальній та професійній діяльності необхідні джерела інформації, застосовувати Інтернет для пошуку інформації, обробляти та аналізувати відповідну інформацію.

РН3. Розробляти запитальник (анкету), ставити цілі дослідження, проводити аналіз та інтерпретацію результатів дослідження.

РН4. Швидко перестроюватися під впливом об'єктивних факторів оточення, а також логічно оцінювати ситуацію та приводити свою діяльність та оточуюче середовище у оптимальну відповідність.

РН5. Аналізувати та проектувати міжособові, групові й організаційні комунікації; здатність проявляти терпимість щодо точок зору інших, йти на компроміс, здійснювати вагомий внесок в роботу команди, навіть всупереч особистим інтересам.

РН6. Володіти іноземною мовою на рівні, що забезпечує ефективну професійну діяльність; працювати з джерелами професійної інформації іноземною мовою.

РН7. Визначати цілі та формулювати завдання, пов'язані з реалізацією професійних функцій.

PH8. Володіти навичками цілісного підходу до аналізу проблем, приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні ситуації.

PH9. Використовувати сучасні прийоми й методи стратегічного планування товарної інноваційної політики.

PH10. Здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей виробництва та збуту продуктових інновацій.

PH11. Обирати критерії виділення макро- та мікросегментів ринку продукту; визначати цільові ринки і конкурентні стратегії підприємства.

PH12. Розробляти маркетингові стратегії.

PH13. Застосовувати методи аналізу маркетингового середовища та приймати ефективні маркетингові рішення; знаходити нові ринкові можливості та розробляти заходи щодо запобігання ринковим загрозам.

PH14. Оцінювати стратегічні наслідки управлінських рішень, з погляду фази життєвого циклу ринку; приймати ефективні маркетингові рішення.

PH15. Здійснювати обґрунтований вибір моделей маркетингового менеджменту для формування ефективних господарських рішень.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
спеціальність: 075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Структура, %
	кредитів ЄКТС	годин	
1	2	3	4
ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ	62	1860	68,9%
<i>БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>	39	1170	43,3%
<i>ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (МАГ-МАЙНОРИ)</i>	23	690	25,6%
ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ	9	270	10%
ДЕРЖАВНА АТЕСТАЦІЯ	19	570	21,1%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :	90	2700	100%
<i>в тому числі: варіативна складова</i>	39	1170	43%
ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ			
<i>БАЗОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>			
Товарна інноваційна політика	5	150	Екзамен
Стратегічний маркетинг	5	150	Екзамен
Комплексна курсова робота	1	30	Курсова робота
Рекламний менеджмент	5	150	Екзамен
Менеджмент якості	5	150	Екзамен
Методологія наукових досліджень	4	120	Залік
Економічна нормативна база підприємства	5	150	Екзамен
Маркетинг у сфері міжнародних послуг	5	150	Екзамен
Ведення ділових переговорів в маркетингу	4	120	Залік
Всього базові навчальні дисципліни	39	1170	

<i>ВАРІАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</i>			
МАГ-МАЙНОР(MINOR COURSE)* (студенти мають обрати варіативні навчальні дисципліни із загальноуніверситетського пулу)			
<i>Навчальна дисципліна за вибором студента</i>	5	150	Залік
<i>Навчальна дисципліна за вибором студента</i>	5	150	Залік
<i>Навчальна дисципліна за вибором студента</i>	5	150	Залік
<i>Навчальна дисципліна за вибором студента</i>	5	150	Залік
<i>Комплексний тренінг</i>	3	90	
ВСЬОГО МАГ-МАЙНОР :	23	690	—
РАЗОМ ПРОФЕСІЙНИЙ ЦИКЛ :	62	1860	—
ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Науково-дослідна практика:	1	30	ЗВІТ
Переддипломна практика	8	240	ЗВІТ
РАЗОМ ЦИКЛ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ :	9	270	—
ДЕРЖАВНА АТЕСТАЦІЯ			
Підготовка та захист дипломної роботи	19	570	Дипломна робота

*Маг-майно́р—умовна назва вибіркових навчальних дисциплін освітньо-професійної програми підготовки МАГІСТРІВ.

**Мейджор— основна сфера вивчення студента, яка передбачає поглиблене засвоєння (опанування) предмету; профілюючий блок.

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі: - публічного захисту магістерської дипломної роботи за спеціальністю 075Маркетинг ОПП «Маркетинг».
Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця розробляє та затверджує: 1) положення про Екзаменаційну комісію (ЕК); 2) порядок перевірки магістерських дипломних роботи на плагіат; 3) нормативи унікальності текстів магістерських дипломних робіт. Атестація осіб, які здобувають ступінь магістра, здійснюється ЕК, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

	<p>Магістерська робота є закінченим науковим дослідженням, Вона повинна мати внутрішню єдність та свідчити про Підготовленість автора до виконання професійних обов'язків з використанням набутих інтегрованих знань, умінь і практичних навичок. Екзаменаційній комісії (ЕК) обов'язково подаються матеріали, що характеризують наукову(творчу)і практичну цінність виконаної роботи, – довідка про апробацію результатів дослідження/або тези доповідей на науково-практичних конференціях тощо.</p> <p>Магістерська дипломна робота допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений Харківським національним економічним університетом імені Семена Кузнеця.</p> <p>Вимоги до магістерської дипломної роботи:</p> <p>Магістерська дипломна робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації магістра для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома.</p> <p>Магістерська дипломна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності.</p> <p>Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату, дипломні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.</p>
<p>Вимоги до публічного захисту (демонстрації)</p>	<p>До захисту магістерської роботи допускаються студенти, 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.</p> <p>Процедура захисту включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> –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>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми,діаграми),таблиці, а також презентації із використанням мультимедійної техніки.</p>

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

Принципи та процедури забезпечення якості освіти	Принципи забезпечення якості освіти: <ul style="list-style-type: none">• відповідальність за якість вищої освіти, що надається;• забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;• забезпечення якості сприяє розвитку культури якості;• забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, усіх інших стейкхолдерів та суспільства. Процедурами забезпечення якості освіти є: <ul style="list-style-type: none">• розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти;• розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;• розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами.• організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;• формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;• створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;• оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;• розробка політики щодо ефективного системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти;• інших процедур і заходів.
Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм	Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, слід інформувати всі зацікавлені сторони. Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання: <ul style="list-style-type: none">• змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;• потреб суспільства, що змінюються;

	<ul style="list-style-type: none"> • навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми; • ефективності процедур оцінювання студентів; • очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання; • навчального середовища відповідності меті і змісту програми; • якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти. <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та іншихстейкхолдерів.</p>
<p>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері; • критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь; • оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання; оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніждві особи; • процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини; • оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур; • наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти.
<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації; • прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації; • моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності; • обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; • оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.
<p>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</p>	<p>Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.)та здійснюють відповідну підтримку студентів.</p> <p>При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби різноманітного студентського контингенту (такого як студенти: з досвідом, заочної форми навчання, працюючі, іноземні, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.</p>

<p>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</p>	<p>З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну система управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.</p>
<p>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075Маркетинг публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075«Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.</p>
<p>Запобігання та виявлення академічного плагіату</p>	<p>Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, базується на таких принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • дотримання загальноприйнятих принципів моралі; • демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм; • повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності; • дотримання норм законодавства про авторське право; • посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей; • самостійне виконання індивідуальних завдань. <p>У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у ХНЕУ ім. С. Кузнеця положень та норм.</p>

Спеціальні вимоги до зарахування: Набір на спеціальність 075 Маркетинг ОПП «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» здійснюється за рейтингом дипломів освітнього рівня «бакалавр» та результатами складання вступного випробування зі спеціальності та іноземної мови.

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту за спорідненою спеціальністю та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі загальнооекономічних та фахових наук.

Профіль програми: програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання. Робиться акцент на здатності здійснювати організаційно-економічну,

управлінську та наукову діяльність на підприємствах, у торговельних організаціях, службах постачання і збуту, консалтингових та рекламних фірмах. Фахівці-маркетологи можуть надавати консультаційні послуги щодо організації маркетингових досліджень, розроблення бізнес-планів, інноваційних проектів. По завершенню навчання випускники-маркетологи успішно вирішують комплекс завдань ринкових досліджень і прогнозів продажу, забезпечують надійну основу для успішних ділових операцій підприємств і фірм маркетингової орієнтації

Ключові результати навчання: здатність вирішувати завдання, пов'язані з плановою (в т.ч. прогноною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності

Професійні профілі випускників:(випускник) здатний виконувати професійні роботи (за Державним класифікатором професій ДК 003: 2010):

Фахівець підготовлений до роботи в галузях економіки за ДК 009:2010:

Код	Назва	NACE (Rev. 1.1)	ISIC (Rev. 4)
70	Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування		70
70.1	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)		701
70.10	Діяльність головних управлінь (хед-офісів)	74.15	7010
70.2	Консультування з питань керування		702
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	74.14	7020
70.22	Консультування з питань комерційної діяльності й керування	05.01	7020
		74.14	7020
73	Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку		73
73.1	Рекламна діяльність		731
73.11	Рекламні агентства	74.40	7310
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	74.40	7310
73.2	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки		732
73.20	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки		7320

Магістр зі спеціальності 075 Маркетинг ОПП «Маркетинг» здатний виконувати професійні роботи за Державним класифікатором професій ДК 003:2010:

Код КП	Професійна назва роботи
1231	Керівник (директор, виконавчий директор, начальник та ін.) відповідного напрямку 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.)
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
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)
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

VIII. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця проводить підготовку магістрів за спеціальністю 075 Маркетинг ОПІ «Маркетинг».

Діяльність вищого навчального закладу провадиться на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить вищий навчальний заклад, органів управління вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій.

Перелік використаних джерел

1. ESG – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
2. ISCED (МСКО) 2011 – <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.
3. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.
4. Проект Європейської Комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING). TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>).
5. Закон «Про вищу освіту» - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
6. Постанова КМУ «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29 квітня 2015 р. №266 - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
7. Акт узгодження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за ступенями (освітньо-кваліфікаційними рівнями) бакалавра, спеціаліста, магістра та ліцензованого обсягу. Ліцензія: Серія АЕ №636819, дата видачі 19.06.2015 р. / Додаток до листа МОН від 23 листопада 2015 р. №1/9-561.
8. Наказ МОН України «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 06. 11. 2015 № 1151. - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>.
9. Національний глосарій 2014 – http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf.
10. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // Видавництво «Соцінформ», – К.: 2010. – 746 с.
11. НРК - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
12. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти – <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>.
13. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд - http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf.
14. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації – http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf.

Пояснювальна записка

Стандарт вищої освіти є державним нормативним документом, в якому визначається сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності закладів вищої освіти і наукових установ за рівнем вищої освіти «магістр» в межах спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Стандарт використовується для визначення та оцінювання якості змісту та результатів освітньої діяльності закладів вищої освіти (наукових установ) і визначає такі вимоги до освітньої програми:

- обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
- перелік компетентностей випускника;
- нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;
- форми атестації здобувачів вищої освіти;
- вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

Мінімум 50% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, визначених «Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня». Решта 50% спеціальних (фахових) компетентностей визначається навчальним закладом.

Зміст підготовки здобувачів вищої освіти, 75% яких визначається навчальним закладом та 25% вільного вибору студента, відповідає таким критеріям: - бути чіткими і однозначними, дозволяючи чітко окреслити зміст вимог до здобувача вищої освіти; - бути діагностичними (тобто результати навчання повинні мати об'єктивні ознаки їх досягнення чи недосягнення); - бути вимірюваними (має існувати спосіб та шкала для вимірювання досягнення результату прямими або непрямими методами, рівнів досягнення складних результатів).

Результати навчання мають співвідноситися з компетентностями. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

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

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	Уміння УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог	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	Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування
	ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	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 - 8				
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 - 11				
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

**Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей НРК
(7-й рівень, магістерський)**

Програмні результати навчання (15-25)	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	
P1										+	+							+	
P2		+	+							+	+								+
P3		+						+	+			+		+					
P4		+	+		+										+	+	+		
P5						+		+		+	+								
P6		+						+	+	+	+				+		+		
P7			+	+									+	+	+		+		
P8			+			+							+						
P9		+								+			+		+		+		
P10		+	+												+	+	+		
P11							+							+	+	+	+		
P12		+							+					+		+	+		
P13		+		+										+	+	+	+		
P14					+	+									+		+		
P15							+				+	+		+		+			