

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Протокол № 6 від 21.01.2019 р.

Голова Вченої ради

Ректор _____ В. С. Пономаренко

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Другий (магістерський)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Магістр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 Маркетинг

Харків, 2019

I. Преамбула

1. Розроблено

Методичною комісією Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця. Голова методичної комісії: Пономаренко В.С., д.е.н., проф., ректор ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

2. Затверджено та надано чинності

Освітньо-професійну програму «Фінансовий маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» затверджено та введено в дію Наказом ректора Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця від 23.01.2019 р. № 46 у відповідності до рішення Вченої ради університету від 21.01.2019 р. (протокол № 6).

3. Введено вперше

4. Розробники ОПП

Внукова Н. М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління фінансовими послугами;

Медведєва І. Б., кандидат економічних наук, доцент кафедри управління фінансовими послугами;

Корват О. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри управління фінансовими послугами.

II. Загальна характеристика

<i>Рівень вищої освіти</i>	Другий (магістерський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Магістр
<i>Галузь знань</i>	07 – Управління та адміністрування
<i>Спеціальність</i>	075 – Маркетинг
<i>Освітня програма</i>	Фінансовий маркетинг
<i>Освітня кваліфікація</i>	Магістр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Магістр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»
<i>Опис предметної області</i>	<i>Об'єкти вивчення:</i> управління системою маркетингу суб'єктів фінансового ринку. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фінансових маркетологів-аналітиків, які володіють інноваційним способом мислення та здатні ефективно управляти маркетинговою діяльністю фінансових установ та вирішувати науково-дослідні завдання. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття, принципи та концепції фінансового маркетингу; специфіка маркетингового середовища фінансового ринку, фінансових комунікацій та поведінки споживачів фінансових послуг; особливості застосування маркетингових інструментів при прийнятті управлінських рішень суб'єктами фінансового ринку. <i>Методи, методики та технології:</i> методи аналізу портфеля бізнесу підприємства та формування маркетингових конкурентних стратегій; методи PR у галузі фінансових комунікацій; психологічні технології врегулювання спорів у процесі здійснення медіації у фінансовій сфері; методи економіко-математичного моделювання для оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю, методологія наукового дослідження проблем фінансового маркетингу. <i>Інструменти та обладнання:</i> новітнє інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються в маркетинговій діяльності; цифрові та онлайн-технології у сфері фінансових послуг
<i>Академічні права випускників</i>	Можливість продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні (доктор філософії); отримання післядипломної освіти на споріднених та інших спеціальностях; підвищення кваліфікації

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»

<i>Обсяг освітньо-професійної програми</i>	Цикл професійної підготовки, у т.ч.: базові навчальні дисципліни вибіркові навчальні дисципліни	– 90 кредитів ЄКТС; – 67 кредитів ЄКТС (74 %); – 23 кредити ЄКТС (26 %)
--	--	---

Термін навчання становить 1 рік 4 місяця.

Вибіркова складова освітньо-професійної програми містить такі елементи.

Маг-майно́р – навчальні дисципліни, які на основі принципу вільного вибору вивчаються студентами та відображають його індивідуальні вподобання, інтереси та плани на майбутнє працевлаштування. П'ять дисциплін МАГ-МАЙНОР складають 20 кредитів ЄКТС і входять до загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньо-професійною програмою підготовки магістрів.

Комплексний тренінг носить міждисциплінарний характер та має за основну мету формування у студентів навичок прийняття управлінських рішень у сфері фінансового маркетингу.

IV. Перелік компетентностей випускника

<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні завдання і практичні проблеми у сфері управління системою маркетингу суб'єктів фінансового ринку або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій в умовах невизначеності
<i>Загальні компетентності</i>	ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. ЗК3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</i>	СК1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. СК2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу. СК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу. СК4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю. СК7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК у табл. 1 пояснювальної записки подано матрицю відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК.

**V. Нормативний зміст підготовки здобувачів другого (магістерського)
рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»,
сформульований у термінах результатів навчання**

Результати навчання
РН1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
РН2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.
РН3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.
РН4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.
РН5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.
РН6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.
РН7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.
РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
РН9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
РН10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.
РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
РН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ

Освітньо-професійна програма «Фінансовий маркетинг»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Форма контролю
	кредитів ЄКТС	годин	
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Базові навчальні дисципліни			
Стратегічний маркетинг	5	150	Екзамен
Менеджмент якості	5	150	Екзамен
Методологія наукових досліджень	4	120	Залік
Рекламний менеджмент	5	150	Екзамен
Оптимізація фінансів у конфлікті	5	150	Екзамен
Управління продажами та взаємовідносинами зі спживачами на ринках фінансових послуг (B2B/B2C маркетинг)	5	150	Екзамен
Інвестор рилейшнз	5	150	Екзамен
Блокчейн технології	4	120	Залік
Науково-дослідна практика	1	30	ЗВІТ
Переддипломна практика	8	240	ЗВІТ
Комплексна курсова робота	1	30	Курсова робота
Дипломна робота	19	570	Дипломна робота
Всього базові навчальні дисципліни	67	2010	—
Вибіркові навчальні дисципліни: вибір навчальних дисциплін здійснюється із загально-університетського пулу (маг-майнори) та пулу кафедри (тренінг)			
МАГ-МАЙНОР	5	150	Залік
МАГ-МАЙНОР	5	150	Залік
МАГ-МАЙНОР	5	150	Залік
МАГ-МАЙНОР	5	150	Залік
Комплексний тренінг	3	90	ЗВІТ
Всього вибіркові навчальні дисципліни	23	690	—
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ	90	2700	—

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту магістерської дипломної роботи зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»
<i>Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи</i>	ХНЕУ ім. С. 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. 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 та/або тези доповідей на науково-практичних конференціях тощо. Магістерська дипломна робота допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Вимоги до магістерської дипломної роботи: Магістерська дипломна робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації магістра маркетингу 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. Магістерська дипломна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності. Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату, дипломні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
<i>Вимоги до публічного захисту (демонстрації)</i>	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. Магістрант захищає дипломну роботу публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає: – оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; – виступ магістранта; – запитання до автора роботи; – відповіді магістранта; – обговорення на засіданні ЕК результатів захисту робіт; – рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації магістранту. Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації із використанням мультимедійної техніки.

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

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

<i>Принципи та процедури забезпечення якості освіти</i>	<i>Принципи забезпечення якості освіти:</i> - 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. <i>Процедури забезпечення якості освіти є:</i> - 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 ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти; - інших процедур і заходів.
<i>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</i>	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: - змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам; - потреб суспільства, що змінюються; - 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. Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів.

<i>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</i>	Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне: - 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 ніж дві 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
<i>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</i>	Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах: - 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
<i>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</i>	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. 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
<i>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</i>	З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної 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.
<i>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</i>	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075 Маркетинг 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
<i>Запобігання та виявлення академічного плагіату</i>	Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, базується на таких принципах: - 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; - посилання на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей; - самостійне виконання індивідуальних завдань. У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у ХНЕУ ім. С. Кузнеця положень та норм.

Перелік використаних джерел

1. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06. 2017 р. № 600 ((у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 № 1648). – URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/proekty%20standartiv%20vishcha%20osvita/1648.pdf>.
2. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 : Затверджено та надано чинності Наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
3. Національний освітній глосарій: вища освіта / За ред. В. Г. Кременя. – Київ : Плеяди, 2014. – 100 с.
4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
5. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій : Постанова КМУ від 23.11.2014 № 1341. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>.
6. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Постанова КМУ від 29.04.2015 №266. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>.
7. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Наказ МОН України від 06. 11. 2015 № 1151. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>.
8. Рашкевич Ю. М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти : монографія / Ю. М. Рашкевич – Львів : Львівська політехніка, 2014. – 168 с. – URL : <https://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protsesu.html?download=82:bolonskyi-protses-nova-paradyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych>.
9. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : Пріоритети, 2015. – 84 с.
10. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / За ред. В. Г. Кременя. – Київ : Пріоритети, 2014. – 120 с.
11. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – URL : http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
12. International Standard Classification of Education. ISCED 2011. – URL : <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>.
13. ISCED Fields of Education and Training 2013 (ISCED-F 2013). – URL : <https://eqe.ge/res/docs/228085e.pdf>.
14. Tuning Educational Structures in Europe. – URL : http://www.unideusto.org/tuningeu/images/stories/Publications/ENGLISH_BROCHURE_FOR_WEBSITE.pdf.

Пояснювальна записка

Відповідно до статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця проводить підготовку магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Фінансовий 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.

Спеціальні вимоги до зарахування

Набір на освітньо-професійну програму «Фінансовий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) вищої освіти здійснюється з урахуванням середнього балу документа про вищу освіту першого (бакалаврського) рівня та результатів:

- 1) фахового випробування за спеціальністю;
- 2) зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) з іноземної мови.

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати перший (бакалаврський) рівень вищої освіти та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі загальнооекономічних та фахових наук.

Профіль програми: магістр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»

Ключові результати навчання за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг»: формування цілісної системи професійних та особистісних компетентностей фінансового аналітика-маркетолога, здатного розв'язувати завдання, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.

Професійні профілі випускників: магістр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Фінансовий маркетинг».

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

Фахівець 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

Таблиця 1

Матриця відповідності компетентностей дескрипторам НРК

Компетентності за ОПП	Компетентності за НРК			
	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення		+	+	+
ЗК2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань	+	+		+
ЗК3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робі	+	+	+	+
ЗК4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності	+			+
ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори			+	
ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу	+	+		+
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу	+	+		+
СК2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу	+			
СК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу		+		
СК4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом	+			
СК5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування		+		
СК6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю	+	+		
СК7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків	+	+		+
СК8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі			+	+
СК9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності			+	+

Таблиця 2

Матриця відповідності результатів навчання компетентностям

[illegible]