

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

ДО ОБГОВОРЕННЯ ТА ВНЕСЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ

ЗМІНИ ДО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинг»

підготовки здобувачів

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Магістр з маркетингу

(90 кредитів)

**Затверджено вченою радою
Чернівецького національного
університету**

імені Юрія Федьковича

Голова вченої ради

**_____ / Р.І. Петришин /
(протокол №__ від «__» червня 2021 р.)**

Зміни до ОП вводяться в дію з «__» _____ 2021

р.

**Ректор _____ / Р.І. Петришин /
(наказ №__ від «__» _____ 2021 р.)**

Чернівці, 2021 р.

Освітньо-професійна програма вищої освіти

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	Другий
Ступінь	Магістр
Кваліфікація	Магістр з маркетингу

<p>«РОЗРОБЛЕНО»</p> <p>Робочою групою кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича</p> <p>Керівник робочої групи _____ / І.М. Буднікевич / «__» _____ 2021 р.</p>	<p>«УХВАЛЕНО»</p> <p>на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича</p> <p>Протокол № від «__» _____ Зав. кафедри _____ І.М.Буднікевич</p>
<p>«СХВАЛЕНО»</p> <p>Вченою радою економічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича Протокол № _____ від «__» _____ 2021 р.</p> <p>Голова Вченої ради економічного факультету _____ Р.Р.Білокурський</p>	<p>«ПОГОДЖЕНО»</p> <p>Начальник навчального відділу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича _____ Я.Д.Гарабajів «__» _____ 2021 р.</p>
<p>«РЕКОМЕНДОВАНО»</p> <p>Науково-методичною комісією Вченої Ради з навчально-методичної роботи Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича</p> <p>Протокол №__ від _____ 2021 р.</p> <p>Голова комісії університету _____ О.В.Мартинюк/</p>	

СКЛАД ПРОЕКТНОЇ ГРУПИ

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня (Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960) проектною групою спеціальності 075 Маркетинг Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми): Буднікевич І.М. д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ
Члени проектної групи: Черданцева І.Г. к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ
Крупенна І.А. к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ
Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми: Філіпова О.О. – Директор групи компаній МТА Шкуматова І.В. – Директор ДП «М'ясо Буковини» Татарчук Т.М. – Директор Чернівецького Центру розвитку місцевого самоврядування
Повторне обговорення 2021 рік Фахівці провідних закладів вищої освіти України Коломицева О.В. доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу Черкаського державного технологічного університету
Здобувачі вищої освіти: Журавленко Юлія Чернов Денис Кеніг Максим
Випускники спеціальності Маркетинг ЧНУ: Богачик О.І. – Керуючий партнер Компанії BRUSHME Верстяк А.В. – Доцент кафедри економіко-математичного моделювання економічного факультету ЧНУ
Роботодавці: Філіпова О.О. – Директор групи компаній МТА Шкуматова І.В. – Директор ДП «М'ясо Буковини» Баранник О.А. – Директор ТОВ «Yoki Group»

I. Загальна характеристика/ Профіль освітньої програми

<i>Тип диплому та обсяг програми (в кредитах ЄКТС)</i>	Одиничний, тривалість програми – 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
<i>Заклад вищої освіти</i>	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
<i>Рівень програми / вищої освіти</i>	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл (Second cycle), EQF LLL – 7 рівень освіти - другий (магістерський)
<i>Передумови</i>	Наявність ступеня бакалавра / ОКР спеціаліста
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Магістр
<i>Освітня кваліфікація</i>	Магістр з маркетингу
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Ступінь вищої освіти – Магістр / Degree Master Спеціальність – 075 «Маркетинг» / Program Subject Area 075 Marketing Спеціалізація – немає Освітня програма – Маркетинг / Study Program Marketing
<i>Галузь знань</i>	07 – Управління та адміністрування
<i>Спеціальність</i>	075 – Маркетинг
<i>Мова навчання</i>	Українська
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	www.mmix.cv.ua
<i>Обмеження щодо форм навчання</i>	Без обмежень
<i>Освітня кваліфікація</i>	Магістр маркетингу
<i>Професійна кваліфікація</i>	Не надається
<i>Опис предметної області</i>	<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-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових</p>

	<p>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>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<i>Академічні права випускників</i>	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Мета освітньої програми	
<p>Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють системними знаннями, інноваційним та креативним мисленням, відповідними фаховими компетентностями, багатоваріантним підходом до вирішення маркетингових завдань, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, започаткування та розвитку власної справи, вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, які відповідають запитам ринку праці та здатні застосовувати отримані знання в практичній діяльності, в наукових дослідженнях проблем розвитку теорії та практики маркетингу.</p>	
В	Характеристика програми
Фокус програми: загальна / спеціальна	<p>Спеціальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: ринок, маркетинг, управління маркетингом, стратегічний маркетинг, рекламний маркетинг, маркетинговий аналіз, потреби споживача, конкуренція, стратегія, креативність, інновації, маркетингова аналітика, комунікації.</p>
Орієнтація програми	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Особливості програми	<p>Унікальність та особливості освітньо-професійної програми полягають у наступному:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поєднання традиційних та інноваційних форм навчання через інтерактивні компоненти програми та використання засобів віртуальних комунікацій; - побудована на унікальних теоретико-методичних та науково-практичних розробках колективу кафедри; - вивчення спеціальних дисциплін з урахуванням специфіки окремих галузей, з фокусом на маркетингову аналітику та digital-маркетинг;

	<ul style="list-style-type: none"> - концепція бізнес-орієнтованої освіти через залучення представників реального бізнесу (національного, регіонального та локального рівня) до розробки та реалізації освітньо-професійної програми; - програма має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються на основі дослідження стратегічних та тактичних маркетингових рішень реального бізнесу; - викладання окремих тем професійних дисциплін українською та англійською мовою; - наявність програм академічної мобільності; - викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики, авторські розробки, сучасні освітні технології; - застосування сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем та програмних продуктів; - орієнтація програми на підготовку фахівці, які будуть мати крос-галузеву спеціалізацію, здатні до системного та креативного мислення; - урахування досвіду провідних ЗВО України та кращих іноземних освітніх програм в сфері маркетингу
С	Працевлаштування та продовження освіти
	<p>Випускник освітнього ступеня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу керівника організацій, керівника структурних підрозділів, фахівця; може працювати в органах державного та місцевого управління, в громадських організаціях; ініціювати, створювати, реалізувати та розвивати власний бізнес; реалізувати самозайнятість.</p> <p>Відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу - 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) - 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми - 1314 Комерсант - 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним) - 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу - 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки - 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління - 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю - 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами - 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної

	<p>діяльності</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) - 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності - 2419.2 Консультант з маркетингу - 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою - 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку - 2419.2 Рекламист - 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) - 2419.2 Професіонал з інноваційної діяльності - 2441.2 Економіст із ціноутворення - 3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний - 3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний. <p>Магістр маркетингу здатний працювати на підприємствах, організаціях та установах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні).</p> <p>Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати себе на ринку праці, а саме: на підприємствах усіх галузей промисловості та с/г; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у в фінансовій сфері; у в сфері digital-маркетингу (усі цифрові канали для залучення та утримання клієнтів, інтернет-маркетинг, SEO, SEM, e-mail-маркетингу, контент-маркетинг, мобільні додатки, e-commerce); в рекламній галузі; в некомерційній сфері; в сфері освіти; freelancer.</p>
D	Стиль і методика викладання
1) Підходи до викладання та навчання	<p>Стратегії навчання: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Контактні години побудовані у формі лекцій, семінарів та практичних занять в інтерактивному форматі. Самостійна робота студентів здійснюється під керівництвом викладача та передбачає опанування наукової, науково-методичної, професійної літератури фахової спрямованості та виконання на її основі індивідуальних та/або командних проектів, розв'язання бізнес-кейсів, роботу у командах. Останній рік навчання завершується публічним захистом магістерського дослідження.</p> <p>Методи викладання та навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - активні (кейси; ситуації; проблемні; проєктні; само розвиваючі; інтерактивні; ділові ігри; дискусії; творчі завдання; аналітично-дослідницька робота, воркшопи, майстер-класи, тренінги); - пасивні (пояснювально-ілюстративні, пояснювально-демонстраційні, аудіовізуальні);

	<ul style="list-style-type: none"> - активно-пасивні (консультації з викладачами, менторство, стажування, підготовка та публікація тез, наукових статей, написання та захист курсової роботи, підготовка кваліфікаційної (магістерської роботи).
Продовження освіти	Можливість продовження навчання в аспірантурі
2) Система оцінювання	<p>Відповідно до Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти, що діє у ЧНУ імені Юрія Федьковича:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поточний контроль (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, захист проєктних робіт, тощо); - Підсумковий контроль (усні та письмові екзамени, заліки з урахуванням попередньо накопичених балів; захист курсової роботи). - Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи. <p>Критерії оцінювання знань та вмінь здобувачів вищої освіти за ОП Маркетинг розроблено для поточного та семестрового контролю з кожної дисципліни, а також для їх підсумкової атестації. Система оцінювання базується на принципах академічної доброчесності та прозорості.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною 4-х бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно або зараховано/незараховано); 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F); вербально – зараховано, незараховано.</p>
Е	Перелік компетентностей випускника
1) 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.
2) Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.</p>
3) Спеціальні (фахові) 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</p>

	<p>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>
Ф.	<p>Нормативний зміст підготовки здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання</p>
	<p>P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p>

	<p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
G	Ресурсне забезпечення реалізації програми
1	<p>Кадрове забезпечення</p> <p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)</p> <p>Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми включає науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформувати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми.</p> <p>Гарант, члени проектної групи і група забезпечення відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. До викладання професійних дисциплін залучаються представники локального, регіонального та національного бізнесу, органів місцевого самоврядування, професійних організацій, грантових програм, запрошені лектори, бізнес-тренери.</p> <p>Члени групи забезпечення спеціальності є науковими керівниками здобувачів ступеня кандидата економічних наук, переможців та призерів міжнародних та всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт.</p> <p>Члени групи забезпечення мають публікації, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS.</p>
2	<p>Матеріально-технічне забезпечення</p> <p>Матеріально-технічне забезпечення та стан приміщень дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Відповідають технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018). В освітньому</p>

		процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій
3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)</p> <p>Інформаційне забезпечення включає доступ до: онлайн-бібліотеки університету; електронної бази наукових журналів; бази електронних бібліотечних ресурсів світу.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення: робочі програми навчальних дисциплін, практик; силабуси; посібники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій; методичні рекомендації до написання кваліфікаційних (магістерських) робіт; методичні вказівки до написання курсової роботи, лабораторних практикумів, практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти; інші навчально-методичні матеріали.</p> <p>Навчально-методичні комплекси дисциплін розташовано на порталі економічного факультету, дистанційній платформі Moodle (з наданням доступу здобувачам вищої освіти).</p>
Н	Академічна мобільність	
	Національна кредитна мобільність	<p>Реалізується в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами:</p> <p>Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом.</p> <p>Здобувачі вищої освіти ОП 075 Маркетинг в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги.</p> <p>Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування</p>
	Міжнародна кредитна мобільність	<p>Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів.</p>

		Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.
	Навчання іноземців	Не передбачено

II. КАТАЛОГ КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІКО-СТРУКТУРНА СХЕМА

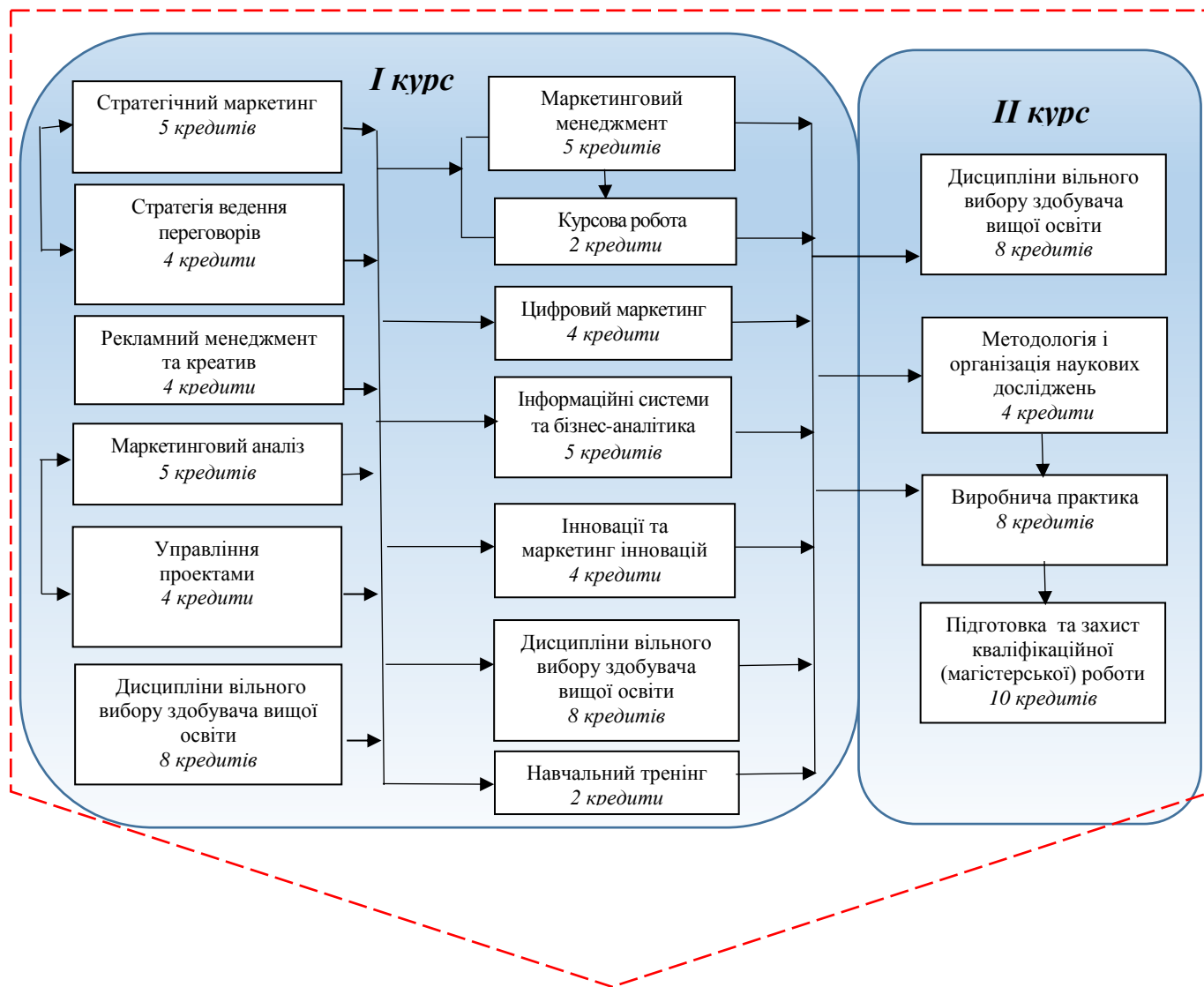
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1. Обов'язкові компоненти ОПП			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОКЗП1	Управління проектами	4	Екзамен
ОКЗП2	Рекламний менеджмент та креатив	4	Екзамен
ОКЗП3	Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу	4	Залік
1.2. Дисципліни професійної та практичної підготовки			
ОКПП4	Інновації та маркетинг інновацій	4	Екзамен
ОКПП5	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен
ОКПП6	Маркетинговий менеджмент	5	Екзамен
ОКПП7	Курсова робота «Маркетинговий менеджмент»	2	Захист
ОКПП8	Стратегія ведення переговорів	4	Залік
ОКПП9	Маркетинговий аналіз	5	Екзамен
ОКПП10	Цифровий маркетинг	4	Екзамен
ОКПП11	Інформаційні системи та бізнес-аналітика	5	Залік
1.3. Практична підготовка			
ОКПП12	Виробнича практика	8	Захист
1.4. Підсумкова атестація			
ОКПП13	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	10	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент: 14		64	
2. Вибіркові компоненти ОП			
2.1. Загальний обсяг вибірових компонент циклу загальної підготовки		8	
ВК1	Дисципліна 1 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК2	Дисципліна 2 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	4	Залік
2.2. Загальний обсяг вибірових компонент циклу професійної підготовки		8	
ВК3	Дисципліна 1 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Екзамен
ВК4	Дисципліна 2 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК5	Дисципліна 3 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК6	Дисципліна 4 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Екзамен
ВК7	Навчальний тренінг (вибір з напрямків)	2	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент циклу професійної підготовки		18	
Загальний обсяг вибірових компонент: 8		26	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Курс	Семестр	Шифр виду навчальної діяльності
1	9	ОКЗП1, ОКЗП2, ОКПП5, ОКПП8, ОКПП9, ВК2, ВК5
	10	ОКПП4, ОКПП6, ОКПП7, ОКПП10, ОКПП11, ВК1, ВК34, ВК7
2	11	ОКЗП3, ОКПП12, ОКПП13, ВК4, ВК6

ЛОГІКО-СТРУКТУРНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ



III. ВИЗНАЧЕННЯ ФОРМ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєння кваліфікації «Магістр з маркетингу» (освітня програма Маркетинг). Атестація здійснюється відкрито і публічно
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна (магістерська) робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Кваліфікаційна (магістерська) робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна (магістерська) робота має бути оприлюднена в репозиторії Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.</p> <p>Оприлюднення кваліфікаційних (магістерських) робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

Таблиця 1

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

Класифікація компетентностей за НРК	<p>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</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей</p>	<p>Уміння УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог</p> <p>УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності</p>	<p>Комунікація К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються</p> <p>К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p>Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування</p> <p>АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</p>
	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
СК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
СК11			К1	АВ2

Матриця відповідності програмних компетентностей (7-й рівень, магістерський) компонентам освітньої програми

Освітні компоненти	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
ОКЗП1	+			+	+				+			+	+	+			+	
ОКЗП2	+	+	+	+						+			+		+			
ОКЗП3	+		+			+	+				+							+
ОКПП4	+		+				+	+		+	+							+
ОКПП5	+	+					+			+				+		+	+	
ОКПП6	+	+									+				+	+	+	
ОКПП7	+						+				+				+	+	+	
ОКПП8	+	+			+	+	+	+		+	+		+					
ОКПП9	+			+			+				+	+		+			+	+
ОКПП10	+				+	+	+			+						+	+	
ОКПП11	+	+					+					+		+				
ОКПП12	+			+		+	+	+	+		+	+		+			+	+
ОКПП13	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+

XI. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

Освітньо-професійна програма оприлюднюється на сайті ЧНУ та сайті кафедри. Відповідальність за впровадження освітньо-професійної програми та забезпечення якості вищої освіти несе гарант освітньо-професійної програми.

Зміни і доповнення до освітньо-професійної програми вносяться за рішенням Вченої ради ЧНУ.