

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«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

_____ / С.В. Мельничук /

(протокол № 6 від «06» червня 2017 р.)

Освітня програма вводиться в дію з «01» вересня 2017 р.

Ректор _____ / С.В. Мельничук /

(наказ № 162 від «03» липня 2017 р.)

Чернівці 2017 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми 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

«РОЗРОБЛЕНО»

Робочою групою кафедри маркетингу, інновацій
та регіонального розвитку
Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича
Керівник робочої групи

_____ /І.М. Буднікевич/

«28» березня 2017 р.

«СХВАЛЕНО»

Методичною радою економічного
факультету
Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича

Протокол № 3 від «05» квітня 2017 р.

Голова методичної ради економічного
факультету

_____ /Р.І. Грешко/

«ПОГОДЖЕНО»

Начальник навчального відділу
Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича

_____ /Я.Д. Гарабajів/

« _____ » _____ 2017 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри маркетингу, інновацій а регіонального розвитку у складі:

1. Черданцевої І.Г. к.е.н., доцента кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ;
2. Кифяка О.В. к.е.н., доцента кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ;
3. Крупенної І.А. к.е.н., доцента кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ;

Гарант освітньої програми:

Буднікевич І.М. д.е.н., професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку ЧНУ

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності

075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича Економічний факультет Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський) рівень вищої освіти; Кваліфікація: «Магістр з маркетингу».
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 1,5 роки за денною формою навчання (90 кредитів ECTS)
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України; Україна
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 8 рівень
Передумови	Для здобуття рівня вищої освіти «магістр» приймаються особи, Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	2017-2018 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://econom.chnu.edu.ua http://mmix.cv.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Закріпити високий рівень теоретичної підготовки студентів, надати їм спеціальні знання, поглибити професійну фахову підготовку, що відповідає вимогам сучасної практики маркетингу; оволодіти методологією дослідження ринкових ситуацій, інструментарієм обробки різних видів та масивів інформації з галузі маркетингу з акцентом на критичному мисленні та практичних навиках дослідження, розвитком компетентностей, необхідних для комунікації, кооперації, поширення інформації, створення та реалізації маркетингових проектів різного ступеня складності, напрацювати досвід роботи маркетолога та прийняті управлінських рішень економічного та маркетингового характеру; здобути теоретичні й практичні знання та опанувати навички менеджера в галузі маркетингу, спроможного до управління командою спеціалістів, обіймання посад середньої та вищої ланки управління та будь-якої іншої діяльності за фахом маркетолога.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»; Спеціальність: 075 «Маркетинг».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, спеціальні маркетингові дослідження, рекламний менеджмент, логістичний менеджмент.

Особливості програми	Особливості програми: поглиблена фахова підготовка з маркетингу, обов'язкова практична підготовка у спеціалізованих маркетингових компаніях, дослідницьких та консалтингових маркетингових агенціях, у відділах маркетингу підприємств установах на підприємствах всіх форм власності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Магістр спеціальності 075 «Маркетинг» підготовлений до підготовлений до професійних функцій за одним або кількома видами економічної діяльності.</p> <p>Магістр повинен бути підготовлений до активної творчої професійної та соціальної діяльності, яка б сприяла прогресу суспільного розвитку, вміти самостійно добувати нові знання, контролювати та коригувати зроблене. Магістр повинен вільно володіти державною мовою, професійно використовувати одну з іноземних мов.</p> <p>Магістр повинен вміти оцінювати історичні та сучасні процеси і проблеми в житті країни, тенденції освітнього розвитку, повинен мати високі моральні якості, навички організаторської та професійної діяльності, вміти приймати професійні рішення з урахуванням їх соціальних наслідків.</p> <p>Відповідно до первинних посад, які може обіймати випускник вищого навчального закладу, магістр з маркетингу підготовлений до професійної управлінської діяльності в галузі дослідження, розробки та використання збутових та маркетингових підходів щодо організації господарської діяльності на сучасних підприємствах, в галузі виробництва товарів і послуг. Магістр з маркетингу здатний забезпечити виконання таких професійних функцій: дослідницької, проєктувальної, організаційної, управлінської, технологічна, контрольної, прогностичної, технічна.</p> <p>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи згідно Національного класифікатора професій ДК 003:2010: 1474 – Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.4 - Менеджер (управитель) з адміністративної діяльності; 1475.4 – Менеджер (управитель) з логістики; 1475.4 – Менеджер (управитель) з постачання; 1475.4 – Менеджер (управитель) із збуту; 1475.4 – Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1475.4 – Менеджер (управитель) із зовнішньоекономічної діяльності; 1476.1 – Менеджер (управитель) з реклами; 2310.2 Ассистент. 2310.2 Викладач вищого навчального закладу. 2320 Викладач професійно-технічного навчального закладу; 2419.1 Управлінці у сфері маркетингу, аудиту, праці та зайнятості, ефективності підприємництва, раціоналізації виробництва та інноваційної діяльності: Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); 2419.2 Консультант з маркетингу; 2447.1 Науковий співробітник-консультант (проєкти та програми у сфері матеріального та нематеріального виробництва); 2447.2 Фахівець з управління проєктами та програмами у сфері матеріального (нематеріального) виробництва.</p>

Подальше навчання	Після здобуття освітнього рівня «магістр» випускники мають право вступати до аспірантури для здобуття наукового ступеня.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, практичне навчання.
Оцінювання	Поточний контроль, письмові / усні экзамени, заліки, захист курсових робіт, звітів з практики, атестація у формі комплексного екзамену та захисту випускової кваліфікаційної (бакалаврської) роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність формулювати та вдосконалювати важливу дослідницьку задачу, для її вирішення збирати необхідну інформацію та формулювати висновки, які можна захищати в науковому контексті.</p> <p>ЗК2. Обізнаність та відповідність науковим стандартам щодо точності та об'єму локалізованої документації, використаної та процитованої в завданнях і в завершальній випускній роботі.</p> <p>ЗК3. Здатність працювати в групі продуктивно, відіграючи провідну роль в окремих випадках. Головуючи під час дебатів та дискусій у міжнародній та мультикультурній групі.</p> <p>ЗК4. Здатність презентувати написані тексти та робити презентації усно різного обсягу й складності рідною мовою чи іншою, потрібною для області спеціалізації</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК1. Здатність використовувати постанови, розпорядження, накази, методичні, нормативні та інші керівні матеріали з планування, обліку, аналізу діяльності підприємства і господарського розрахунку.</p> <p>ФК2. Здатність здійснювати розробку перспективних і річних планів та програм виробничо-господарської, маркетингової та збутової діяльності</p> <p>ФК3. Здатність здійснювати аналіз і планування можливостей, перегляд та прогнозування граничних термінів наявності в асортименті підприємств пропонуваніх товарів і послуг майбутнього ринку, а також прогноз річного прибутку і касових поступлень.</p> <p>ФК4. Здатність використовувати методи економічного аналізу якісних і кількісних показників діяльності підприємства та його підрозділів.</p> <p>ФК5. Здатність здійснювати методичну роботу і контроль правильності розрахунків і використання цін при підготовці, укладанні і реалізації контрактів.</p> <p>ФК6. Обізнаність у методах і прийомах дослідження ринків відповідної продукції, вибору відповідних форм виходу на ці ринки, ціноутворення в умовах динамічної кон'юнктури, пошуку потенційних партнерів, проведення переговорів, укладання контрактів та їх реалізації.</p> <p>ФК7. Здатність організувати оперативний облік операцій постачання та здійснювати складання звітності про виконання плану матеріально-технічного забезпечення.</p> <p>ФК8. Здатність укладати договори з постачальниками,</p>

	<p>розробляти зміст контрактів з імпорту сировини і матеріалів, здійснювати розробку напрямів руху замовлень у ході виробництва, комплектації і відвантаження продукції.</p> <p>ФК9. Обізнаність у методах розробки і реалізації тактики та стратегії просування продукції на світових ринках.</p> <p>ФК10. Обізнаність у методах розрахунку нормативів запасів готової продукції та порядком визначення загального обсягу поставок, потреб у транспортних і вантажних засобах.</p> <p>ФК11. Здатність організувати документооблік роботи з виконання замовлень поставок, вміти оформлювати товаророзпорядчі, комерційні та інші зовнішньоторгові документи.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p style="text-align: center;"><i>Знання і розуміння:</i></p> <p>ПРН1. Знання механізмів формування соціальної відповідальності на рівні відносин між роботодавцями, працівниками та владними структурами, розуміння перспективності стратегічних напрямів розвитку соціальної відповідальності в Україні;</p> <p>ПРН2. Розуміння передумов, змісту, перспектив та наслідків розгортання процесів економічної глобалізації, можливостей, які вони відкривають перед суб'єктами господарчої діяльності в ході інтеграції України у світове господарство;</p> <p>ПРН3. Знання про систему управління маркетинговою діяльністю, розуміння особливостей організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві;</p> <p>ПРН4. Розуміння напрямків та можливостей розширення функцій маркетингу в процесах створення нових продуктів;</p> <p>ПРН5. Знання та уявлення про механізми забезпечення інноваційного розвитку економічних систем,</p> <p>ПРН6. Знання принципів розробки маркетингових стратегій і практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства;</p> <p>ПРН7. Уявлення про психологію та педагогіку на рівні їх відтворення та тлумачення; здобуття навичок та умінь застосовувати їх у практичній діяльності викладачів вищої школи;</p> <p>ПРН8. Знання в галузі інформатики й сучасних інформаційних технологій;</p> <p>ПРН9. Сучасні уявлення про методологію та організацію наукових досліджень;</p> <p>ПРН10. Поглиблені знання з професійно-орієнтованих дисциплін.</p> <p style="text-align: center;"><i>Застосування знань і розуміння:</i></p> <p>ПРН12. Здатність здійснювати науковий та творчий пошук, здійснювати наукові дослідження, аналізувати та формувати їх результати;</p> <p>ПРН13. Здатність застосовувати аналітичний інструментарій, який здатний оцінити дієвість механізмів формування соціальної відповідальності на рівні відносин між роботодавцями та працівниками, контрагентами, корпораціями та владними структурами.</p> <p>ПРН14. Оволодіння навичками самостійного аналізу, ідентифікації та оцінювання можливостей ведення міжнародного бізнесу, що відкривають перед суб'єктами господарювання процеси глобалізації.</p> <p>ПРН15. Здатність обґрунтовувати напрямки пріоритетного</p>

	<p>інноваційного розвитку, оцінювати інноваційний потенціал підприємства та реалізовувати ефективні управлінські рішення на інноваційних засадах;</p> <p>ПРН16. Здатність досліджувати чинники маркетингового середовища та визначити рівень їх впливу на стратегічну діяльність підприємства; набуття вмінь маркетингового стратегічного аналізу і проектування маркетингових стратегій;</p> <p>ПРН17. Здатність до пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також вирішення конкретних маркетингових завдань;</p> <p>ПРН18. Здатність застосовувати методи і прийоми роботи фінансового менеджера для здійснення професійного управління фінансовими активами суб'єктів виробничо-господарської діяльності на основі знань специфіки проблем та протиріч функціонування грошових потоків;</p> <p>ПРН19. Здатність управляти логістичними процесами на підприємстві та вміння організовувати роботу з питань обліку, контролю та ефективності маркетингової і логістичної діяльності;</p> <p>ПРН20. Здатність застосовувати комунікативні інструменти впливу на цільову аудиторію, вміння розробляти та управляти процесами реалізації рекламних проектів при вирішенні конкретних задач маркетингу в організації;</p> <p>ПРН21. Здатність до використання програмних засобів і навичок роботи в комп'ютерних мережах, уміння створювати бази даних і використовувати інтернет-ресурси;</p> <p>ПРН22. Здатність до професійно-педагогічної діяльності у вищій школі, розуміння психологічних особливостей навчального процесу у вищій школі, оволодіння сучасними психологічними технологіями та методами організації творчого пошуку.</p> <p style="text-align: center;"><i>Формування суджень:</i></p> <p>ПРН23. Вміння критично оцінювати і прогнозувати економічні, політичні, соціальні та інші події та явища на підставі відповідного обсягу знань;</p> <p>ПРН24. Сучасні уявлення про економічну систему суспільства, закони її функціонування і розвитку для розуміння чинників зародження, утвердження і напрямів розвитку сучасних соціально-економічних систем, їх спроможності задовольняти потреби людей;</p> <p>ПРН25. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички з маркетингу для дослідження економічних явищ і процесів, трактувати результати маркетингового аналізу та формувати рекомендації.</p> <p>ПРН26. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички для вирішення практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН27. Здатність обґрунтовувати варіанти стратегічних альтернатив формування маркетингової моделі розвитку організації, забезпечення її конкурентоспроможності;</p> <p>ПРН28. Здатність формувати висновки та рекомендації на основі системного аналізу маркетингової діяльності підприємства, установи, організації.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Характеристика кадрового забезпечення:

	<p>1. Наявність кафедри, відповідальної за підготовку здобувачів вищої освіти.</p> <p>2. Наявність у складі кафедри, відповідальних за підготовку здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, на яких покладено відповідальність за підготовку здобувачів вищої освіти – п'ять осіб, що мають науковий ступінь та/або вчене звання.</p> <p>3. Наявність у керівника кафедри (гаранта освітньої програми): наукового ступеня та/або вченого звання за відповідною або спорідненою спеціальністю та стажу науково-педагогічної та/або наукової роботи не менш як 10 років.</p> <p>4. Проведення лекцій з навчальних дисциплін науково-педагогічними працівниками відповідної спеціальності за основним місцем роботи:</p> <p>1) які мають науковий ступінь та/або вчене звання – не менше 50% від загальної кількості дисциплін;</p> <p>2) які мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора – не менше 10% від загальної кількості дисциплін.</p> <p>5. Проведення лекцій з навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, науково-педагогічними працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом – не менше 10% від загальної кількості дисциплін.</p> <p>6. Проведення лекцій, практичних, семінарських та лабораторних занять, здійснення наукового керівництва курсовими, дипломними роботами науково-педагогічними працівниками, які мають відповідний рівень наукової та професійної активності.</p>
<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Наявність матеріально-технічного забезпечення:</p> <p>1. Приміщення для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 2,4 кв. метрів на одну особу.</p> <p>2. Мультимедійне обладнання для одночасного використання в навчальних аудиторіях – 30% від загальної кількості населення.</p> <p>3. Бібліотека, у тому числі читальний зал.</p> <p>4. Пункт харчування, актовий зал, спортивний зал.</p> <p>5. Гуртожиток – 70% від мінімальної потреби.</p> <p>6. Комп'ютерні робочі місця, лабораторії, полігони, обладнання, устаткування, необхідне для виконання навчальних планів.</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Наявність інформаційного забезпечення:</p> <p>1. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді – не менш як чотири найменування.</p> <p>2. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>3. Офіційний веб-сайт закладу освіти, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація.</p> <p>4. Електронний ресурс закладу освіти, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану – 50%.</p> <p>Наявність навчально-методичного забезпечення:</p> <p>1. Навчальний план та пояснювальна записка до нього.</p>

	<p>2. Робоча програма з кожної навчальної дисципліни навчального плану, в тому числі опис навчальної дисципліни, результати навчання, програма, тематичний план навчальної дисципліни, теми семінарських (практичних) занять, завдання для самостійної роботи, індивідуальні завдання, методи контролю, схема нарахування балів, рекомендована література (основна, допоміжна), інформаційні ресурси в Інтернеті.</p> <p>3. Комплекс навчально-методичного забезпечення з кожної навчальної дисципліни навчального плану, в тому числі навчальний контент (конспект або розширений план лекцій), плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи, питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь студентів, комплексної контрольної роботи, післяатестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни.</p> <p>4. Програма практичної підготовки, робоча програма навчальної та виробничої практик.</p> <p>5. Навчальні матеріали з кожної навчальної дисципліни навчального плану, в тому числі підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій згідно з переліком рекомендованої літератури з розрахунку один примірник на п'ять осіб фактичного контингенту студентів або їх наявність в електронній формі для необмеженої кількості користувачів.</p> <p>6. Методичні матеріали для проведення атестації здобувачів.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Укладені угоди про академічну мобільність на основі двосторонніх договорів між Чернівецьким національним університетом імені Юрія Федьковича та ВНЗ України.
Міжнародна кредитна мобільність	Укладені угоди про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1) на основі двосторонніх договорів між Чернівецьким національним університетом імені Юрія Федьковича та ВНЗ країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачає.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Перелік навчальних дисциплін освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Глобальна економіка	4	Екзамен
ОК 2.	Соціальна відповідальність	4	Екзамен
ОК 3.	Інноваційний розвиток підприємства	4	Екзамен
ОК 4.	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
ОК 5.	Маркетинговий менеджмент	4	Екзамен
ОК 6.	Логістичний менеджмент	4	Екзамен
ОК 7.	Рекламний менеджмент	4	Екзамен
ОК 8.	Педагогіка та психологія вищої школи	3	Екзамен
ОК9.	Асистентська практика	8	Захист
ОК 10.	Випускова кваліфікаційна робота	12	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		51	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1	Методика викладання фахових дисциплін/Інтелектуальна власність	5	Екзамен
ВК 3.	Управління комунікаціями і конфліктами / Охорона праці в галузі	3	Залік
ВК 4.	Інформаційні системи в бізнесі / Інформаційні системи і технології в управлінні	3	Залік
ВК 5	Фінансовий менеджмент / Фінансові ринки	3	Екзамен
ВК 6.	Управлінський облік / Управлінський контроль	3	Залік
ВК 7.	Управління брендами / Маркетинг освіти	4	Залік
ВК 8.	Управління конкурентоспроможністю / Екологічний менеджмент і маркетинг	4	Залік
ВК 9.	Комерційна діяльність / Товарна інноваційна політика	3	Екзамен
ВК 10.	Методологія і організація наукових досліджень / Спеціальні маркетингові дослідження	4	Залік
ВК 11.	Банківський маркетинг / Фінансовий маркетинг	3	Залік
ВК 12.	Digital-маркетинг / Маркетингове планування	4	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		39	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

П'ятий курс		Шостий курс
9 семестр	10 семестр	11 семестр
Глобальна економіка	Інноваційний розвиток підприємства	Комерційна діяльність / Товарна інноваційна політика
Соціальна відповідальність	Інформаційні системи в бізнесі / Інформаційні системи і технології в управлінні	Методологія і організація наукових досліджень / Спеціальні маркетингові дослідження
Педагогіка та психологія вищої школи	Фінансовий менеджмент / Фінансові ринки	Банківський маркетинг / Фінансовий маркетинг
Стратегічний маркетинг	Управлінський облік / Управлінський контроль	
Логістичний менеджмент	Рекламний менеджмент	
Управління комунікаціями і конфліктами / Охорона праці в галузі	Маркетинговий менеджмент	
Управління брендами / Маркетинг освіти	Методика викладання фахових дисциплін/Інтелектуальна власність	
Управління конкурентоспроможністю / Екологічний менеджмент і маркетинг	Digital-маркетинг / Маркетингове планування	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

