

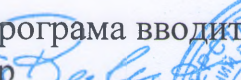
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
МАРКЕТИНГ

другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

  
Голова вченої ради  
професор Олександр БЕЗЛЮДНИЙ  
протокол № 7 від «25» жовтня 2022 р.

Освітня програма вводиться в дію з «01» вересня 2022 р.  
Ректор   
професор Олександр БЕЗЛЮДНИЙ  
наказ № 1420/9 від «01» листопада 2022 р.

Умань, 2022 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
освітньо-професійної програми «Маркетинг»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
КВАЛІФІКАЦІЯ ОСВІТНЯ	Магістр маркетингу

Освітньо-професійну програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 3 від 5 10 2022 р.)

Завідувач кафедри  Світлана ПОДЗІГУН

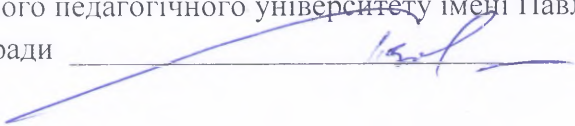
Освітньо-професійну програму схвалено вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 3 від 13 10 2022 р.).

Голова ради інституту  Максим СЛАТВІНСЬКИЙ

Освітньо-професійну програму погоджено навчально-методичним відділом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Начальник відділу  Ірина ДЕНИСЮК

Освітньо-професійну програму погоджено навчально-методичною радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Голова ради  Валентина РОЗГОН

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена проектною групою кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми):

**Пачева Наталія Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Члени проектної групи:

**Лутай Лариса Анатоліївна**, доктор економічних наук, професор; професор кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

**Білошкурська Наталія Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Сергій Гончар, голова фермерського господарства ФГ «Гончар АГРО», Уманський район

Дмитро Короташ, засновник проекту Level Invest

Андрій Віштак, начальник фінансово-аналітичного відділу «Епіцентр К»

Валентина Лементовська, к. е. н., доцент; доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

## I. Профіль освітньої програми зі спеціальності

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти, кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Другий (магістерський) рівень вищої освіти Освітня кваліфікація: магістр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Серія УД № 24002075 Відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 20 лютого 2018 р. протокол № 128 (наказом МОН України від 27.02.2018 р. № 204 ) в галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг визнано акредитованим за рівнем магістр (на підставі наказу МОН України від 27.02.2018 р. № 204) Термін дії сертифіката до 1 липня 2023 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
<b>Передумови</b>	Наявність освітнього ступеня «Бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст». Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на здобуття ОС «Магістр».
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова.
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До 1 липня 2023 р.
<b>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://econom.udpu.org.ua/osvitnya-programa">https://econom.udpu.org.ua/osvitnya-programa</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом; здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	<i>Галузь знань:</i> 07 Управління та адміністрування (07 Management and administration) <i>Спеціальність:</i> 075 Маркетинг (075 Marketing) <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> 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><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма. Програма орієнтована на 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.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Загальна програма з маркетингу. Акцент на здобутті поглиблених навичок та знань з маркетингу, оволодіння сучасним інструментарієм маркетингових досліджень, використання маркетингу в управлінні підприємством. Ключові слова: маркетинг, маркетингове планування, маркетинговий менеджмент, маркетинговий аналіз, маркетингові проекти, стратегічний маркетинг.
<b>Особливості програми</b>	Виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом».
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директора з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу). 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю. 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання. 1317 Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.). 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за програмою третього рівня за цією галуззю знань або суміжною – освітньо-наукові програми вищої освіти (що узгоджуються з отриманим диплома магістра) за освітньо-науковим ступенем «Доктор філософії».
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Підхід до викладання та навчання передбачає: упровадження принципів студентоцентричного навчання з метою врахування освітніх цінностей та потреб суб'єкта навчальної діяльності; організацію

	<p>навчальної діяльності на засадах проблемно-орієнтованого навчання; упровадження інтерактивних методів навчання з метою формування професійних навичок, що забезпечують розвиток критичного мислення у студентів; інформаційну підтримку щодо участі студентів у конкурсах на одержання іменних стипендій, премій, грантів (у тому числі міжнародних); сприяння участі у студентських наукових конкурсах. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через університетське інформаційно-освітнє середовище Moodle.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Формами контролю знань здобувачів освітньої програми є поточний, модульний і підсумковий контроль.</p> <p>Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних, лабораторних і семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи.</p> <p>Модульний контроль проходить після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Форму модульного контролю (у вигляді тестів, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити кількісно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо) обирає лектор дисципліни. Після проведення модульного контролю з усіх змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектор дисципліни визначає загальний рейтинг здобувача з навчальної роботи.</p> <p>Підсумковий контроль передбачає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Здобувач допускається до семестрового контролю, якщо він виконав усі види робіт, завдань, передбачених робочим навчальним планом на семестр із відповідної навчальної дисципліни. Проведення семестрового контролю у формах екзамену чи заліку з конкретної навчальної дисципліни регламентує «Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». Методи оцінювання: усний, письмовий; тестування, зокрема в системі Moodle.</p> <p>Атестація випускників освітньої програми проводиться у формі комплексного екзамену за фахом та захисту кваліфікаційної роботи.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	<p>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.</p>
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p><b>ЗК 1.</b> Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p><b>ЗК 2.</b> Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p><b>ЗК 3.</b> Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p><b>ЗК 4.</b> Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p><b>ЗК 5.</b> Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p><b>ЗК 6.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p><b>ЗК 7.</b> Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p><b>ЗК 8.</b> Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b>	<p><b>ФК 1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p>



**ФК 2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

**ФК 3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

**ФК 4.** Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

**ФК 5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

**ФК 6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

**ФК 7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

**ФК 8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

**ФК 9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

## 7 – Програмні результати навчання

- ПРН 1.** Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН 3.** Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПРН 5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН 7.** Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН 8.** Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПРН 9.** Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН 10.** Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН 11.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- ПРН 15.** Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

## 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

<b>Кадрове забезпечення</b>	Процес навчання забезпечують провідні фахівці кафедр університету. Науково-педагогічні працівники є фахівцями у відповідній галузі, згідно Ліцензійних умов відповідають освітній, професійній кваліфікації, мають науковий ступінь та/або вчене звання, стаж науково-педагогічної роботи, систематично підвищують свій фаховий рівень. До реалізації освітнього процесу систематично залучаються фахівці-практики у сфері маркетингу.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Наявна матеріально-технічна база, що забезпечує проведення всіх видів практичної, дисциплінарної та міждисциплінарної підготовки та науково-дослідної роботи студентів: 5 навчальних корпусів; гуртожитки; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; спортивний зал, спортивні майданчики.
<b>Інформаційне навчально методичне забезпечення</b>	<p>та –</p> <p>Щорічно оновлену інформацію про організацію освітньої діяльності для підготовки здобувачів вищої освіти розміщують на сайті Університету <a href="https://udpu.edu.ua">https://udpu.edu.ua</a> у рубриці «Навчання». Освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти опубліковують і розміщують на веб-сайті Університету в рубриці «Навчання. Освітні програми» <a href="https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy">https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy</a>. На сайті університету також висвітлюють: академічний календар (оновлений на кожний навчальний рік); графік освітнього процесу (оновлений на кожний навчальний рік); нормативні документи (положення), які регламентують організацію освітнього прогресу в Університеті. Підтримку навчальної діяльності та управління освітнім процесом в інформаційному середовищі Університету забезпечують сайти:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– інформаційно-освітнє середовище <a href="https://dls.udpu.edu.ua">https://dls.udpu.edu.ua</a>, яке містить електронні навчальні курси (ЕНК) для здобувачів вищої освіти. Кожна навчальна дисципліна має електронну підтримку у вигляді електронного курсу з теоретичним матеріалом, ресурсами для виконання лабораторних та практичних робіт, самостійної роботи, поточного, модульного і підсумкового контролів;</li><li>– електронний архів навчальних, наукових та навчально- методичних матеріалів <a href="https://library.udpu.edu.ua">https://library.udpu.edu.ua</a>, до яких увійшли оцифровані підручники, посібники, навчально-методичні матеріали, електронні копії наукових статей працівників університету; матеріали конференцій, які проводилися в університеті, автореферати дисертацій, захищених в Університеті, методичні матеріали на підтримку навчального прогресу, патенти.</li></ul> <p>Відкрито доступ до наукометричних баз даних Web of Science та SCOPUS видавництва Elsevier, що надають користувачам можливість отримати результати тематичного пошуку, відслідкувати свій рейтинг. Бібліотечний фонд університету багатогалузевий, нараховує 425629 примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, зокрема рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів, авторефератів дисертацій, дисертацій. Бібліотека щороку здійснює передплату методичних, наукових, фахових періодичних видань. В структурі бібліотеки наявні 6 читальних залів. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт Університету: <a href="https://library.udpu.edu.ua">https://library.udpu.edu.ua</a>.</p>



## 9 – Академічна мобільність

<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачає їхню участь в освітньому процесі Університету та партнерських закладів освіти, проходження виробничої практики, проведення наукових досліджень із можливістю перезарахування в установленому порядку опанованих навчальних дисциплін, практик тощо.</p> <p>Основні цілі і завдання, організаційне забезпечення академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті, порядок визнання та перезарахування результатів їхнього навчання, права та обов'язки осіб, які беруть участь у програмах академічної мобільності, порядок звітності та оформлення документів за результатами їхнього навчання регламентує «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини».</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Право здобувачів вищої освіти на академічну мобільність реалізовується на підставі міжнародних програм і проєктів, договорів про співробітництво в галузі освіти і науки між Університетом та закладами-партнерами або з власної ініціативи здобувача, підтримуваної адміністрацією Університету, на основі індивідуальних запрошень.</p> <p>Формами академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті є навчання за програмами академічної мобільності, мовне або наукове стажування, проходження навчальної та виробничої практик.</p> <p>Навчання учасників освітнього процесу за програмами академічної мобільності може передбачати отримання випускниками документа про вищу освіту закладу-партнера, а також спільних або подвійних документів про вищу освіту закладів-партнерів.</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливість навчання іноземних студентів передбачена.

## II. Перелік освітніх компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<b>Цикл загальної підготовки</b>			
ОК 01	Ділова іноземна мова	5	екзамен
ОК 02	Бізнес-етика в галузі	3	залік
ОК 03	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 04	Психологія управління	3	залік
<b>Цикл професійної підготовки</b>			
ОК 05	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 06	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК 07	Маркетинг інновацій	3	екзамен
ОК 08	Маркетингове планування	4	екзамен
ОК 09	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 10	Маркетинговий аналіз	4	екзамен
ОК 11	Комплексний (міжпредметний) тренінг	5	екзамен
ОК 12	Курсова робота за фахом	1	диф.залік
<b>Практична підготовка</b>			
ОК 13	Виробнича практика	9	екзамен
<b>Атестація</b>			
Комплексний екзамен за фахом		3	екзамен
Підготовка кваліфікаційної роботи		9	захист
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>66</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>24</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90</b>	

### III. Перелік освітніх компонент освітньої програми Маркетинг та їх логічна послідовність

Код н/д	Обов'язкові компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, атестація)
<b>1 семестр</b>	
ОК 01	Ділова іноземна мова
ОК 02	Бізнес-етика в галузі
ОК 03	Методологія та організація наукових досліджень
ОК 04	Психологія управління
ОК 05	Стратегічний маркетинг
ОК 06	Маркетинговий менеджмент
ОК 09	Логістичний менеджмент
<b>2 семестр</b>	
ОК 01	Ділова іноземна мова
ОК 07	Маркетинг інновацій
ОК 08	Маркетингове планування
ОК 12	Курсова робота за фахом
ОК 13	Виробнича практика
<b>3 семестр</b>	
ОК 10	Маркетинговий аналіз
ОК 11	Комплексний (міжпредметний) тренінг
Атестація	Комплексний екзамен за фахом Кваліфікаційна робота

### IV. ОПИС ПРОГРАМИ

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
<b>Обов'язкові компоненти</b>		
ЗК 5, ЗК 6 / ФК 1, ФК 2	ПРН 5, ПРН 8, ПРН 14	Ділова іноземна мова
ЗК 2, ЗК 5, ЗК 7 / ФК 4	ПРН 1, ПРН 2, ПРН 8, ПРН 14	Бізнес етика в галузі
ЗК 1, ЗК 6 / ФК 1, ФК 2, ФК 3, ФК 9	ПРН 3, ПРН 5, ПРН 15	Методологія та організація наукових досліджень
ЗК 1, ЗК 4, ЗК 5, ЗК 7 / ФК 4, ФК 6	ПРН 6, ПРН 8, ПРН 14	Психологія управління
ЗК 1, ЗК 2, ЗК 6, ЗК 8 / ФК 5, ФК 6, ФК 7	ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 11, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 14	Стратегічний маркетинг
ЗК 1, ЗК 4 / ФК 3, ФК 6, ФК 7, ФК 8	ПРН 4, ПРН 10, ПРН 12, ПРН 13	Маркетинговий менеджмент
ЗК 1, ЗК 2, ЗК 6, ЗК 8 / ФК 1, ФК 2, ФК 3, ФК 4	ПРН 2, ПРН 3, ПРН 7, ПРН 9, ПРН 10	Маркетинг інновацій
ЗК 1, ЗК 2, ЗК 4, ЗК 6 / ФК 1, ФК 2, ФК 7, ФК 8	ПРН 3, ПРН 4, ПРН 6, ПРН 11	Маркетингове планування

ЗК 1, ЗК 5, ЗК 7 / ФК 1, ФК 2, ФК 6	ПРН 2, ПРН 3, ПРН 8, ПРН 10	Логістичний менеджмент
ЗК 1, ЗК 3, ЗК 6 / ФК 5, ФК 7	ПРН 3, ПРН 10, ПРН 11, ПРН 12, ПРН 15	Маркетинговий аналіз
ЗК 1, ЗК 3, ЗК 7, ЗК 8 / ФК 1, ФК 5, ФК 6, ФК 8	ПРН 3, ПРН 4, ПРН 6, ПРН 7, ПРН 12, ПРН 13	Комплексний (міжпредметний) тренінг
ЗК 1, ЗК 2, ЗК 3, ЗК 6 / ФК 1, ФК 2, ФК 3, ФК 4, ФК 9	ПРН 2, ПРН 3, ПРН 5, ПРН 7, ПРН 15	Курсова робота за фахом
ЗК 1, ЗК 3, ЗК 4, ЗК 5, ЗК 7 / ФК 1, ФК 2, ФК 3, ФК 4, ФК 5, ФК 6, ФК 7, ФК 9	ПРН 1, ПРН 2, ПРН 3, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 12, ПРН 14, ПРН 15	Виробнича практика
ЗК 1, ЗК 2, ЗК 3, ЗК 4, ЗК 5, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8 / ФК 1, ФК 2, ФК 3, ФК 4, ФК 5, ФК 6, ФК 7, ФК 8, ФК 9	ПРН 1, ПРН 2, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9, ПРН 10, ПРН 11, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 14, ПРН 15	Атестація (Комплексний екзамен за фахом, Кваліфікаційна робота)

## **V. Форми атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньої програми проводиться згідно з «Положенням про випускні кваліфікаційні роботи в УДПУ імені Павла Тичини», «Положенням про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про Європейську кредитно-трансферну систему навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії» та інших нормативно-правових актів.

Атестація випускників освітньої програми здійснюється у формі Комплексного екзамену за фахом та публічного захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу державного зразка про присудження освітнього ступеня «Магістр».

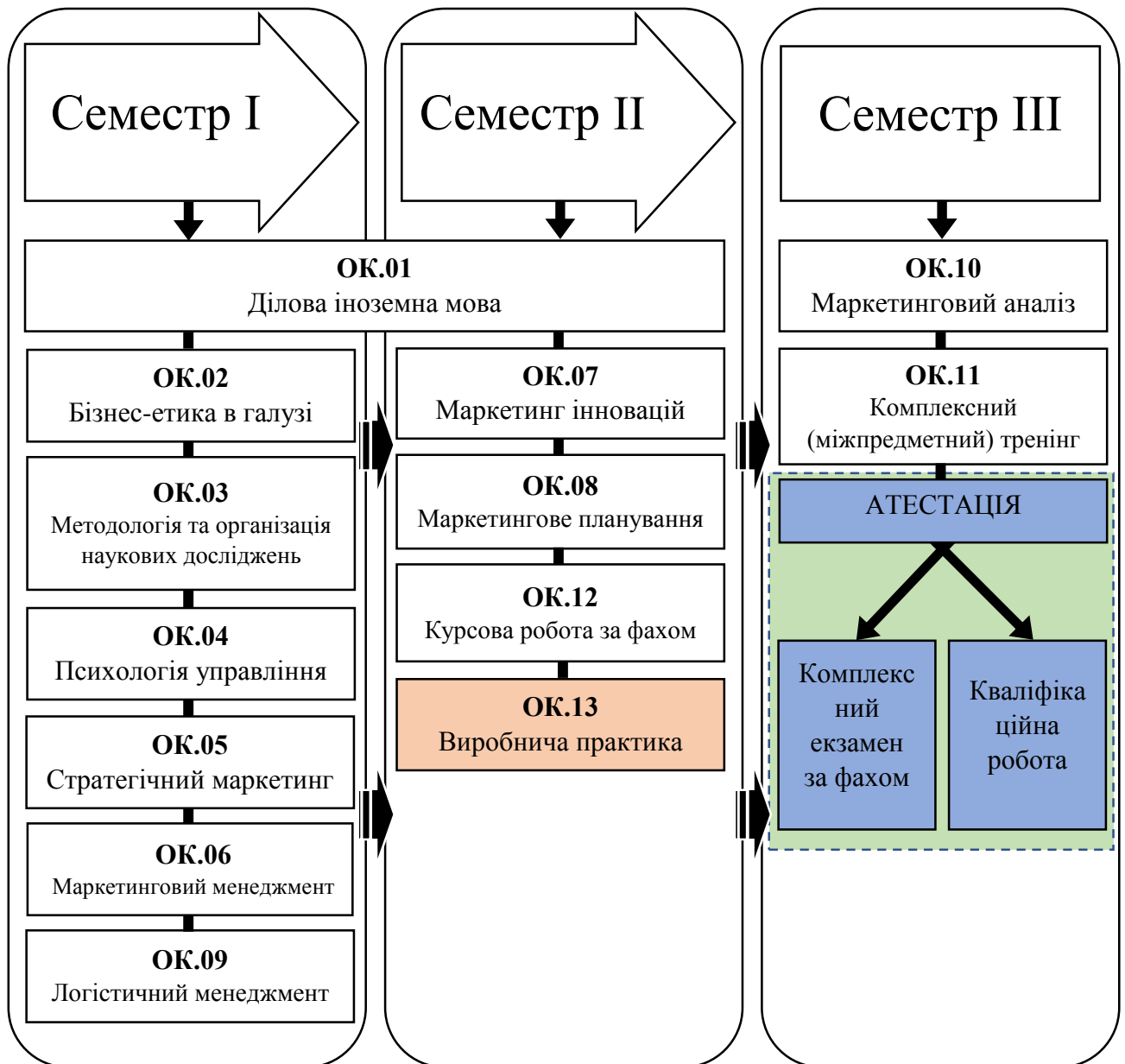
Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу.

Вимоги до обсягу, змісту і структури кваліфікаційної роботи визначаються «Положенням про випускні кваліфікаційні роботи в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». У кваліфікаційній роботі мають бути дотримані норми академічної доброчесності.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**VI. Структурно-логічна схема ОПП Маркетинг. Обов'язкові компоненти**





**VII. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг**

	<b>ОК 01</b>	<b>ОК 02</b>	<b>ОК 03</b>	<b>ОК 04</b>	<b>ОК 05</b>	<b>ОК 06</b>	<b>ОК 07</b>	<b>ОК 08</b>	<b>ОК 09</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ОК 12</b>	<b>ОК 13</b>	<b>Атестація</b>
<b>ЗК 1</b>			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>ЗК 2</b>		+			+		+	+				+		+
<b>ЗК 3</b>										+	+	+	+	+
<b>ЗК 4</b>				+		+		+					+	+
<b>ЗК 5</b>	+	+		+					+				+	+
<b>ЗК 6</b>	+		+		+		+	+		+		+		+
<b>ЗК 7</b>		+		+					+		+		+	+
<b>ЗК 8</b>					+		+				+			+
<b>ФК 1</b>	+		+				+	+	+		+	+	+	+
<b>ФК 2</b>	+		+				+	+	+			+	+	+
<b>ФК 3</b>			+			+	+					+	+	+
<b>ФК 4</b>		+		+			+					+	+	+
<b>ФК 5</b>					+					+	+		+	+
<b>ФК 6</b>				+	+	+			+		+		+	+
<b>ФК 7</b>					+	+		+		+			+	+
<b>ФК 8</b>						+		+			+			+
<b>ФК 9</b>			+									+	+	+

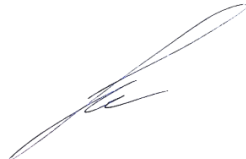
**VIII. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг**

	<b>ОК 01</b>	<b>ОК 02</b>	<b>ОК 03</b>	<b>ОК 04</b>	<b>ОК 05</b>	<b>ОК 06</b>	<b>ОК 07</b>	<b>ОК 08</b>	<b>ОК 09</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ОК 12</b>	<b>ОК 13</b>	<b>Атестація</b>
<b>ПРН 1</b>		+			+								+	+
<b>ПРН 2</b>		+					+		+			+	+	+
<b>ПРН 3</b>			+		+		+	+	+	+	+	+	+	+
<b>ПРН 4</b>					+	+		+			+			+
<b>ПРН 5</b>	+		+									+		+
<b>ПРН 6</b>				+				+			+			+
<b>ПРН 7</b>							+				+	+	+	+
<b>ПРН 8</b>	+	+		+					+				+	+
<b>ПРН 9</b>							+						+	+
<b>ПРН 10</b>						+	+		+	+				+
<b>ПРН 11</b>					+			+		+			+	+
<b>ПРН 12</b>					+	+				+	+		+	+
<b>ПРН 13</b>					+	+					+			+
<b>ПРН 14</b>	+	+		+	+								+	+
<b>ПРН 15</b>			+							+		+	+	+

## **ХІ. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти**

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затвержені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/vishaosvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichnirekomendaciyi-vo>

Керівник проєктної групи  
(гарант освітньої програми)



Наталія ПАЧЕВА



**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»**  
**другого (магістерського) рівня вищої освіти**  
**спеціальності 075 Маркетинг**  
**галузі знань 07 Управління та адміністрування**  
**Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини**

Розв'язання складних економічних проблем в умовах розвитку національної економіки, її поступової інтеграції у європейський та світовий економічний простір потребують якісної підготовки управлінських кадрів, здатних впроваджувати у професійну діяльність сучасні концепції управління на засадах маркетингу.

Підготовка висококваліфікованих магістрів маркетингу в Навчально-науковому інституті економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини є визначальною умовою для подальшого розвитку ринкових відносин та впровадження маркетингових стратегій в управління пріоритетними галузями економіки регіону.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спрямована на підготовку фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом; здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» характеризується оптимальним набором обов'язкових та вибіркових дисциплін циклу загальної та професійної підготовки, які в цілому здатні забезпечувати формування у майбутніх магістрів маркетингу як загальних, так і фахових компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.

Ознайомлення з навчальним планом, змістом освітніх компонент, тематикою наукових досліджень в рамках виконання кваліфікаційної роботи дозволяє стверджувати, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» за своєю структурою та змістовим наповненням достатньою мірою сприятиме забезпеченню результатів навчання відповідно до запитів всіх зацікавлених стейкхолдерів.

Атестація випускників згідно рецензованої освітньо-професійної програми проводиться у формі комплексного екзамену за фахом та захисту кваліфікаційної роботи, що дозволяє у повній мірі визначити рівень підготовки майбутнього фахівця до професійної діяльності. В якості пропозиції вважаємо за доцільне, рекомендувати виокрем у навчальному плані час для написання кваліфікаційної роботи (6 тижнів), що сприятиме якісному виконанню й успішному захисту кваліфікаційних робіт здобувачами освітнього ступеня «Магістр».

Загалом є підстави вважати, що представлена для рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» є актуальною, логічною, відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України галузі знань 07 Управління та адміністрування і може бути рекомендованою для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг.

Рецензент:  
голова фермерського господарства  
ФГ «ГОНЧАР АГРО», Уманський район



С. Гончар



## РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

### на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини  
Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти

Розвиток економіки України в контексті європейського вектору формування ринкових відносин вимагає застосування сучасного теоретико-методологічного базису для організації ефективної маркетингової діяльності з метою забезпечення успішного функціонування комерційних підприємств. За умов ускладнення та інтенсифікації глобальної конкуренції та виходу українських виробників на якісно новий рівень організації своєї діяльності ключова роль в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства належить маркетингу, зокрема здійснення маркетингової діяльності.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» здатна сформувати у здобувачів необхідні знання та навички для провадження фахової діяльності на підприємствах та організаціях.

Освітні компоненти та їх логічна послідовність відповідає цілям і завданням ОПП. Важливе значення для набуття практичних навичок має проходження виробничої практики на підприємствах. Можливість різностороннього розвитку, поглиблення знань в окремих галузях та удосконалення практичних навичок реалізується за рахунок значної кількості дисциплін вільного вибору.

Змістовне наповнення та логічна послідовність викладення навчальних компонент освітньої програми забезпечує набуття здобувачами вищої освіти визначених програмних компетентностей. Результати, визначені освітньо-професійною програмою, повністю відповідають вимогам і запитам потенційних роботодавців.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», є актуальною, повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам вищої школи, забезпечує сучасну та якісну фахову підготовку магістрів маркетингу, повністю відповідає вимогам потенційних роботодавців та може бути рекомендована для практичного використання.

**Рецензент:**

засновник проекту Level Invest



*[Handwritten signature]* Дмитро Короташ



## РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» підготовки здобувачів  
другого (магістерського) рівня вищої освіти 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти України, Закону України «Про вищу освіту» та нормативно-правових актів МОН України та спрямована на підготовку висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом.

Зміст освітньо-професійної програми за структурою відповідає вимогам, орієнтовано на практичну підготовку здобувачів з урахуванням вимог суб'єктів ринку праці, охоплює всі необхідні дисципліни, засвоєння яких дозволяє формувати у випускників професійні компетенції, що відповідають сучасним вимогам ринку праці. Структура програми відображена у навчальному плані та включає цикли загальної та професійної підготовки, а також розділи - практику та підсумкову атестацію. Навчальна складова має обов'язкову частину та варіативну. Варіативна частина дає можливість розширити та поглибити знання, вміння, навички та компетенції, що визначаються змістом обов'язкових навчальних дисциплін.

Одна з переваг освітньої програми – це врахування побажань стейкхолдерів при формуванні дисциплін загального та професійного циклів, які за своїм змістом дозволяють сформувати у випускників необхідні загальнокультурні та професійні компетенції. Також, варто відзначити, що після перегляду освітньо-професійної програми були враховані побажання здобувачів, у результаті збільшена кількість кредитів для дисциплін Циклу професійної підготовки (ОК Стратегічний маркетинг, ОК Маркетинговий менеджмент).



Розроблена освітньо-професійна програма передбачає професійно-практичну підготовку здобувачів у вигляді виробничої практики. Зміст програми практики свідчить про здатність сформувати практичні навички здобувачів.

Для реалізації освітньо-професійної програми є необхідна матеріально-технічна база, що забезпечує проведення всіх видів дисциплінарної та міждисциплінарної підготовки, практичної та науково-дослідної роботи здобувачів, передбачених навчальним планом.

В цілому, освітньо-професійна програма націлена на виховання особистості, яка володіє культурою мислення та здатною максимально реалізувати свій професійний потенціал у сучасній національній та глобальній економіці.

Необхідно відзначити, що дана освітньо-професійна програма підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування має комплексний та цільовий підхід для підготовки кваліфікованого спеціаліста, який володіє необхідними професійними навичками та компетенціями, необхідними для подальшої професійної діяльності з відповідного напрямку.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузь знань 07 Управління та адміністрування, враховує динамічні зміни в освітній галузі та економіці регіону.

Рецензент:

Начальник фінансово-аналітичного відділу «Епіцентр К»



Андрій ВІШТАК



**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»**  
**другого (магістерського) рівня вищої освіти**  
**спеціальності 075 Маркетинг**  
**галузі знань 07 Управління та адміністрування**  
**Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини**

В сучасних умовах господарювання маркетинг необхідно розглядати як теорію і практику управління виробництвом та збутом товарів, послуг, яке орієнтовано на потреби і попит споживачів, найбільш повне їх задоволення та забезпечує прибуткову діяльність підприємства. Постійний розвиток і успіх компанії на ринку багато у чому визначається тим, наскільки цілеспрямована маркетингова політика у цілому, та як професійно працюють фахівці відповідного профілю. Тому підготовка маркетологів є нагальною потребою сучасного ринку праці.

В освітньо-професійній програмі враховані потреби потенційних роботодавців, а також визначені програмні компетентності, виходячи із видів та завдань освітнього процесу. Професійні компетентності мають практичний характер і можуть бути використані у професійній діяльності майбутніх фахівців. Структура освітніх компонентів повністю відображає завдання та цілі освітньо-професійної програми. Послідовність вивчення та структура освітніх компонентів відповідає структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг і покликані відповідати запитам стейкхолдерів.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти; має необхідні структурні складові; дозволяє сформувати необхідні загальні та фахові компетентності майбутніх фахівців спеціальності 075 Маркетинг та відображає сучасні вимоги бізнесу.

Враховуючи побажання студентів, доречним є включити до переліку вибіркових компонент дисциплін «Страховий маркетинг» та «Маркетинг кроскультурного середовища». Для майбутніх фахівців з даної спеціальності досить важливими якостями є здатність враховувати інтереси та потреби споживачів, оволодіти навичками підприємницької та управлінської ініціативи, мати уявлення про кроскультурний аспект при виході на міжнародні ринки. Позитивним є зміни в підході до наповнення вибіркового компонент навчального плану, де на розсуд викладача здійснюється розподіл аудиторних годин.

Загалом є підстави вважати, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування є актуальною, відповідає вимогам ринку праці та забезпечує якісну підготовку магістрів з маркетингу.

Рецензент:

к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
Уманського національного університету садівництва



Валентина ЛЕМЕНТОВСЬКА

Підпис  
*Валентина Лементовська*  
ЗАСВІДЧУЮ  
Завідувач канцелярії Уманського НУС  
*Мартин Вікторія Сергій*