

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

УХВАЛЕНО
Рішенням вченої ради
Харківського національного
економічного університету
імені Семе́на Кузне́ця
від 23.05.2023 р. протокол № 6

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семе́на Кузне́ця
від 23.05.2023 р. № 144



Володимир ПОНОМАРЕНКО

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

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

Харків, 2023

ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи освітньої програми «Маркетинг»:

Ус Марина Ігорівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент – гарант освітньої програми;

Гриневич Людмила Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор;

Холодний Геннадій Олександрович, професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент;

Лобас Анастасія Дмитрівна, здобувач вищої освіти;

Федорчук Володимир Володимирович, заступник директор ТОВ «ВФ «ПОЛІМЕР».

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол № 8, від 09.02.2023р.

Розглянуто вченою радою факультету менеджменту і маркетингу, протокол №7, від 13.02.2023р.

Оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010

2. Стандарту вищої освіти (Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки від 10.07.2019 р. № 960).

3. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.

4. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.

5. Пропозицій роботодавців.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузі знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальності	075 Маркетинг
Спеціалізація	-
Освітня програма (українською та англійською мовами)	Маркетинг / Marketing
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	очна (денна) форма – 90 кредитів, 1 рік 4 місяці; заочна форма – 90 кредитів, 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності МОНУ Серія НД № 2190431 від 18.09.2017 Строк дії сертифіката до 01.07.2024
Мова(и) навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	Для успішного засвоєння освітньої програми магістра вступник повинні мати вищу освіту першого (бакалаврського) рівня або другого (магістерського) рівня або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліст та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі управління та адміністрування за спеціальністю маркетинг. Правила та строки прийому розміщені на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця за посиланням https://www.hneu.edu.ua/normatyvni-dokumenty/
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація(-ї) професійна(-і)	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти - магістр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Мета освітньої програми	Підготовка компетентних фахівців, на основі інтегрованого підходу, які мають теоретичну базу знань та володіють практичними навичками, необхідними для успішної роботи в сфері маркетингу,

	здатні реагувати на реальні виклики ринку, креативно підходити до вирішення практичних завдань щодо створення маркетингової стратегії, впроваджувати новітні технології у маркетингову діяльність.
Фокус та особливості (унікальність) програми	Освітня програма спрямована на впровадження інтегрального підходу посиленого креативною складовою та формування й розвиток професійних компетентностей щодо створення та використання сучасних маркетингових інструментів і технологій. Особливість програми полягає у практико-орієнтованому форматі підготовки магістрів-маркетологів з можливістю обрання значної частини власної траєкторії навчання за рахунок креативної складової, й формуванні у них комплексу знань, вмінь і навичок по розробці, обґрунтуванню та ухваленню ефективних стратегічних, тактичних і оперативних маркетингових рішень для суб'єктів господарювання в сучасних умовах. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові стратегії, маркетинговий аналіз, бізнес-комунікації.
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. 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. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічна мобільність	-
Академічні права	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Професійні права	Відповідні робочі місця керівника маркетингових підрозділів в установах та на підприємствах різних видів економічної діяльності і організаційно-правових форм.

Працевлаштування випускників	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); директор комерційний; начальник комерційного відділу). 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю. 1317 Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламні). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) з постачання. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
-------------------------------------	---

II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність прийняття обґрунтованого рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність застосовувати сучасні маркетингові технології та

	інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуття креативних навичок розробки інноваційних продуктів.
--	--

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (Таблиця 1 Пояснювальної записки).

III – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.

ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН16. Вміти застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуті креативні навички для розробки інноваційних продуктів.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	5	5%
2	ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	10	11%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	60	67%
4	ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	15	17%
	ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :	90	100%
	<i>в тому числі: вибіркова складова</i>	25	28%

Код ОК	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК1	МАГ-МАЙНОР	5	Залік
ВК2	МАГ-МАЙНОР	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК2	СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ	5	Екзамен
ОК3	МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ	5	Екзамен
ОК4	МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА	5	Екзамен
ОК5	БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	5	Екзамен
ОК6	ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА	5	Екзамен

OK7	ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ В МАРКЕТИНГУ (англійською мовою)	5	Залік
OK8	КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ: РОЗРОБКА КРЕАТИВНИХ ПРОЄКТІВ ТА РОЗВИТОК SOFT SKILLS В МАРКЕТИНГУ (англійською мовою)	3	ЗВІТ
OK9	ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА	12	ЗВІТ
OK10	ДИПЛОМНА РОБОТА	15	Дипломна робота
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
BK3	МЕЙДЖОР 1	5	Екзамен
BK4	МЕЙДЖОР 2	5	Екзамен
BK5	МЕЙДЖОР 3	5	Екзамен

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Вибіркова складова навчального плану освітньої програми складається з: МАГ-МАЙНОРІВ, що студенти обирають з пулу вибірових дисциплін університету та МЕЙДЖОРІВ, що обираються з пулу вибірових дисциплін спеціальності (освітньої програми).

МАГ-МАЙНОР – умовна назва вибірових навчальних дисциплін підготовки освітнього ступеня магістр (МАЙНОР для магістрів). Сутність МАГ-МАЙНОРів полягає у вільному виборі навчальних дисциплін таких напрямків, які відображають інтереси здобувачів вищої освіти, їх вподобання та плани на майбутнє працевлаштування. МАГ-МАЙНОР є обов'язковою складовою освітніх програм. Обсяг дисципліни МАГ-МАЙНОР – складає 5 кредитів ЄКТС. Формою підсумкового контролю є залік. Загальний обсяг дисциплін маг-майнорів складає 10 кредитів ЄКТС. Здобувачі вищої освіти очної (денної) форми навчання обирають по одній дисципліні в 1 та 2 семестрі на першому році навчання.

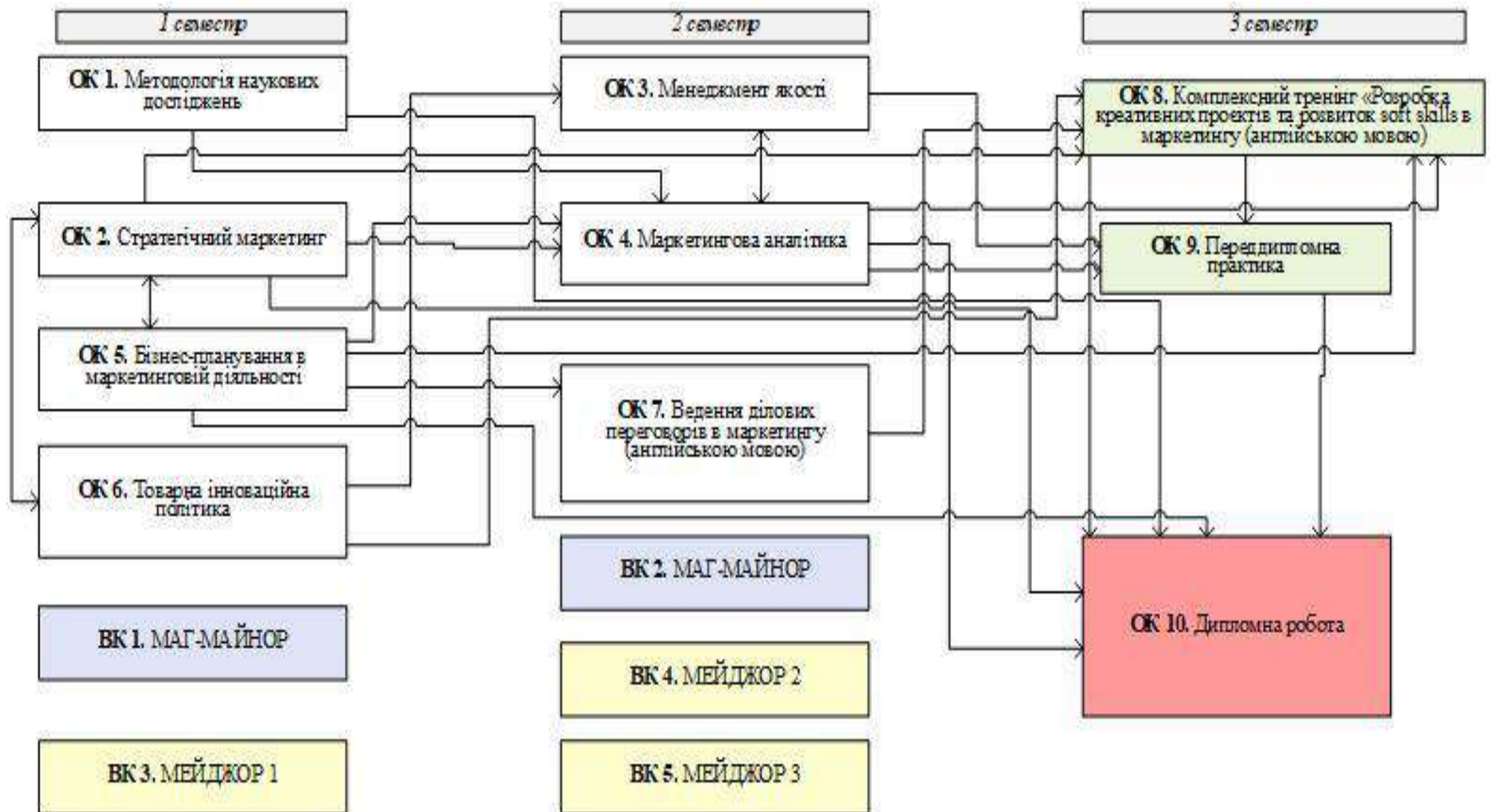
Здобувачі вищої освіти заочної форми навчання обирають 2 дисципліни на 1 році навчання.

МЕЙДЖОР - дисципліна, що обирається здобувачем вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти з пулу освітньої програми. Призначена для формування індивідуальної освітньої траєкторії та забезпечує можливості здобувачу вищої освіти поглибити професійні знання в межах обраної освітньої програми та/або здобути додаткові не фахові компетентності.

Формою підсумкового контролю є іспит. Загальний обсяг МЕЙДЖОРІВ складає 15 кредитів ЄКТС.

Вибіркові навчальні дисципліни не формують результати навчання, що передбачені стандартом вищої освіти для відповідного рівня, але можуть поглиблювати певні з них та розвивати софтскілс. Здобувачі вищої освіти заочної форми навчання обирають в якості мейджорів 3 дисципліни на 1 році навчання залежно від спеціальності (освітньої програми).

4.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна 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. 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 або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
Вимоги до публічного захисту	До захисту магістерської роботи допускаються здобувачі, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики, у встановлений термін пройшли нормоконтроль. Магістрант захищає дипломну роботу публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає: оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; виступ магістранта; запитання до автора роботи; відповіді магістранта; обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту робіт; рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації магістранту. Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації з використанням мультимедійної техніки.

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: відповідності; адекватності; автономності; вимірюваності; академічної культури; відкритості. Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
---	--

	забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти; підготовка та проведення маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; залучення стейкхолдерів вищої освіти (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямками внутрішнього забезпечення якості; зовнішнє оцінювання якості діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації. Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом.
Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм	Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актами в ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); інших стейкхолдерів. Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення дослідження фокус-групи, аналіз документів, аналіз ситуації, групою відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми. Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється: а) щорічно за результатами моніторингу; б) після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, в) в разі зміни законодавчої та нормативної бази.
Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів	Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами. Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; порядку оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в робочих програмах навчальних дисциплін, робочих планах (технологічних картах) навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням інформаційного середовища Персональної навчальної системи (ПНС) Університету. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.

Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання	Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність
Забезпечення якості науково-педагогічних працівників	Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету, особистісного професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом календарного року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні вченої ради Університету.
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти. Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування освітньої-професійної програми та реалізується через Персональну навчальну систему ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)	З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами.
Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються.
Забезпечення академічної доброчесності	Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладу вищої освіти та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури

	дотримання академічної доброчесності, регулюється такими документами ХНЕУ ім. С. Кузнеця: Кодекс академічної доброчесності; Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про комісію з питань академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернет-сервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням.
--	---

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК

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

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

Програмні результати навчання	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	СК10
ПРН1									ОК2, ОК10	ОК1, ОК10							ОК1, ОК3, ОК9, ОК10	
ПРН2	ОК4, ОК5, ОК9, ОК10	ОК7, ОК9, ОК10							ОК3 ,ОК9	ОК4, ОК9, ОК10							ОК1, ОК,9 ОК10	
ПРН3	ОК4, ОК5, ОК9					ОК1, ОК4, ОК9, ОК10		ОК5, ОК10			ОК, 3 ОК10		ОК2, ОК4					
ПРН4	ОК2	ОК6, ОК8		ОК5										ОК3	ОК2	ОК2		
ПРН5						ОК1, ОК10		ОК9, ОК10		ОК7, ОК8, ОК10	ОК9, ОК10							
ПРН6	ОК3, ОК10						ОК5, ОК10	ОК3 ОК8, ОК10	ОК5	ОК4				ОК3, ОК9, ОК10		ОК5, ОК9, ОК10		ОК2, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК10
ПРН7		ОК2, ОК6	ОК3, ОК5									ОК6	ОК4, ОК5	ОК3		ОК2		
ПРН8		ОК1 ОК7			ОК7 ОК8							ОК7, ОК8						
ПРН9	ОК2, ОК5, ОК8								ОК9			ОК5, ОК9		ОК2		ОК2		

Програмні результати навчання	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	СК10
ПРН10	OK4	OK10												OK8, OK10	OK2	OK2		
ПРН11						OK4 OK9							OK4, OK9 OK10	OK9, OK10	OK2, OK9	OK2		
ПРН12	OK2, OK4, OK6, OK9, OK10							OK7, OK10					OK2, OK6, OK9, OK10		OK2	OK5		
ПРН13	OK7		OK3, OK9										OK4	OK8, OK9	OK5	OK5, OK8		
ПРН14				OK7	OK3, OK7									OK9		OK5		
ПРН15						OK1, OK4 OK9				OK1	OK10		OK4 OK9		OK2			
ПРН16	OK5	OK6, OK8		OK5, OK6 OK9			OK6, OK7 OK9	OK8				OK8 OK9						OK5, OK6, OK8, OK9, OK10



Гарант ОП

Марина УС

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Назва структурного / функціонального підрозділу / посадова особа	Підпис
1. Навчально-методичний відділ	
2. Відділ забезпечення якості освіти	
3. Завідувач випускової кафедри	
4. Проректор з навчально-методичної роботи	

REVIEW

on the education-professional program "Marketing" of the second (master's) level of higher education for obtaining the educational level "master's" in the specialty 075 "Marketing" field of knowledge 07 "Management and administration" developed by the Department of Marketing of the Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

The deepening integration of the Ukrainian economy into the international economic space has created a need for creative specialists of a new generation capable of effectively solving the problems of business entities in various spheres of activity and quickly adapting to constantly changing conditions.

The struggle for the best positions on the market and gaining competitive advantages requires these specialists to have knowledge and skills in the areas of marketing research and marketing analysis, development of effective strategies for reaching markets, marketing planning, creation of creative products and their promotion in target markets using modern technologies. This was exactly the vision of the scientific and pedagogical staff of the Department of Marketing of the Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics during the selection of the educational components of the educational program for the preparation of candidates for the Master's degree in the specialty 075 "Marketing".

The educational program is designed to provide training of highly qualified specialists in the field of marketing capable of creating and managing marketing units, creating and developing their own business, as well as solving a wide range of tasks related to the planning, organization and control of marketing activities in various areas and directions. In the process of developing the educational program, the requirements of the educational standard of specialty 075 "Marketing" for the educational level "master" are taken into account.

The developers of the program managed to achieve a balance between a high level of theoretical training and opportunities for the formation of practical competencies of future marketers. Taking into account the constant changes in the external marketing environment and the need for marketing specialists to constantly adapt to them, the developers of the program quite justifiably emphasized the formation of integral competences in the students. First of all, this is the ability to generate new ideas, quickly acquire new knowledge, the



ability to take initiative, entrepreneurship, the ability to work in a team and a creative and innovative approach to solving tasks. It is worth paying attention to filling the educational program with modern educational components developed by doctors of sciences and doctor of philosophy in economics, who not only have a high level of theoretical training, but also constantly improve their skills through internships and advanced training at enterprises, other institutions of higher education in Ukraine and abroad, which is confirmed by relevant documents. The developers of the program have proposed a wide list of educational disciplines of free choice for applicants, which provides them with opportunities to form an individual educational trajectory and contributes to their versatile development as individuals and highly qualified specialists.

Taking into account all of the above, we believe that the "Marketing" educational program developed by the team of the Department of Marketing of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics and other stakeholders fully meets the basic requirements of higher education and the requirements of industry standards of higher education and can be used to train specialists of the second (master's) level of higher education of education in specialty 075 "Marketing".

Sincerely,




Nataliya Berbyuk Lindström, Phd
Associate Professor in Communication
with specialization in Applied Communication Technology

Institutionen för Tillämpad IT | Department of Applied IT

Division of Information Systems
Göteborgs universitet | University of Gothenburg
Visiting address: Forskiningsgängen 6
Postal address: SE-412 96 Göteborg, Sweden
www.ait.gu.se

+46(0)733268716

GWARA MEDIA

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
зі спеціальності 075 Маркетинг підготовки здобувачів другого
(магістерського) рівня вищої освіти розробленої кафедрою маркетингу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг для підготовки здобувачів другого рівня вищої освіти, ступінь Магістр надає здобувачам можливість оволодіти фундаментальними знаннями з маркетингу і практичними навичками роботи в маркетинговій діяльності для суб'єктів різної форми власності, спеціалізації, рівня та цілей діяльності, які функціонують на ринку із широким доступом до працевлаштування і подальшого навчання. Зокрема, у освітній програмі сформульовані особливості покликані забезпечити підготовку та працевлаштування випускників-маркетологів у відповідності до Класифікатора спеціальностей.

Включені освітні компоненти до навчального плану освітньо-професійної програми «Маркетинг» формують весь необхідний перелік загальних та фахових компетентностей, передбачених стандартом вищої освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 – Маркетинг, освітньої програмою та обумовлені сучасними потребами суспільства і бізнесу, а також зовнішніми викликами та загрозами.

Навчальні дисципліни включені до плану відображають як актуальні маркетингові знання і технології так і базові, які допомагають здобувачам сформувати системний погляд на фахову діяльність та допомагають розвинути креативність та інші соціальні навички вкрай необхідні в умовах сьогодення. Особливо актуальним в цьому напрямку є можливість здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти приймати участі в створенні та реалізації інноваційних проектів у співпраці бізнесу й освіти в межах платформи

GWARA MEDIA

Marktech Creative Lab, що функціонує за ініціативою кафедри маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

До реалізації освітньої програми залучено досвідчений професорсько-викладацький склад, а також провідних фахівців-практиків. Залучення експертів в галузі маркетингу сучасних провідних компаній до співпраці з кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця дає можливість удосконалити професійні компетенції та наблизитись до світових вимог у професійній спеціалізації відповідно до запитів ринку і викликів сучасності. Що в свою чергу, сприяє підвищенню впевненості та готовності здобувачів працювати за спеціальністю, а в майбутньому - кар'єрному зростанню і високому рівню конкурентоспроможності майбутніх фахівців-маркетологів на ринку праці. З урахуванням вищезазначеного рецензовану освітню програму «Маркетинг» можна рекомендувати для підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Сергій Прокопенко
Директор ТОВ «ГВАРА МЕДІА»



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму "Маркетинг"
другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю
075 "Маркетинг" галузі знань 07 "Управління та адміністрування" розроблена кафедрою
маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

В сучасному світі конкуренція стає все більш жорсткою. Крім того, завдяки швидкому розвитку технологій споживачі демонструють вибагливість та поінформованість. За таких умов маркетинг допомагає компаніям та іншим суб'єктам господарювання вирізнитися на ринку, залучати увагу споживачів та розробляти стратегії, які дозволяють вигравати в цій конкурентній боротьбі.

Освітньо-професійна програма "Маркетинг" розроблена на базі кафедри маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця при підборі навчальних компонент освітньої програми для підготовки здобувачів освітнього рівня "магістр" зі спеціальності 075 "Маркетинг" привертає увагу своєю актуальністю та різноманітністю навчальних можливостей, які надаються здобувачам для успішної підготовки в сфері маркетингу. Програма відзначається сучасним підходом до навчання, враховуючи найновіші тенденції та вимоги ринку.

Один із ключових аспектів цієї програми - це її досвід у підготовці спеціалістів в галузі маркетингу. Поєднання теоретичних знань з практичними навичками дозволяє здобувачам отримати глибоке розуміння маркетингових стратегій, маркетингового аналізу, методів та технологій, які можуть бути застосовані у реальних умовах. Ретельно розроблені кейси, практичні завдання та можливість проходження практики в справжніх компаніях допомагають студентам перетворити теоретичні знання в цінні навички.

Ще однією перевагою цієї освітньої програми є наявність частини навчальних дисциплін, які викладаються англійською мовою. Це дає можливість здобувачам покращити свої мовні навички та підготуватися до роботи в міжнародних компаніях, де англійська є робочою мовою.

Однак те, що робить цю програму ще більш цікавою та унікальною, - це значна її креативна направленість та наявність значної частки варіативних освітніх компонентів. В процесі навчання є можливість обрати навчальні дисципліни залежно від своїх інтересів та кар'єрних цілей. Це дозволяє глибше досліджувати конкретні аспекти маркетингу, такі як пошукова оптимізація, брендування, рекламний менеджмент та інші.

В цілому, освітня програма "Маркетинг" не лише надає здобувачам необхідні знання та навички для роботи в галузі маркетингу, але й сприяє їхньому професійному розвитку та підготовці до складних викликів сучасного ринку. Акцент на практичний досвід, мовна підготовка та гнучкий підхід до вибору освітніх компонентів робить цю програму відмінним вибором для тих, хто прагне стати успішними фахівцями в сфері маркетингу. Таким чином, розроблена колективом кафедри маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця та іншими зацікавленими особами освітня програма "Маркетинг" повністю відповідає основним вимогам вищої школи та вимогам галузевих стандартів вищої освіти і може використовуватися для підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 "Маркетинг".

Рецензент: директор з маркетингу компанії MWDN Ltd. Селезнєва К.В.

Підпис:



К.В. Селезнєва

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
зі спеціальності 075 Маркетинг підготовки здобувачів другого
(магістерського) рівня вищої освіти галузі 07 «Управління та
адміністрування» розробленої кафедрою маркетингу Харківського
національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Мінливість економічного середовища, наявність зовнішніх безпекових загроз та необхідність в цих умовах розвитку бізнесу сприяє поглибленого використання маркетингу, що підкреслює важливість цієї складової підготовки фахівців, які необхідні в будь-якій галузі та сфері діяльності. Маркетингові знання, навички, а особливо спеціальні професійні компетентності управлінського рівня допоможуть адаптуватися до змін сучасного бізнес-середовища та ефективно взаємодіяти зі споживачами та партнерами.

Освітня професійна програма «Маркетинг» є актуальною та високоякісною ініціативою кафедри маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця в сфері вищої освіти для майбутніх маркетологів-магістрів. Ця програма пропонує цінний досвід підготовки спеціалістів у сфері маркетингу, який дозволяє студентам вивчати актуальні тенденції, технології і стратегії в галузі маркетингу та впроваджувати їх на практиці.

Однією з ключових переваг цієї програми є наявність частини навчальних дисциплін, які викладаються англійською мовою. Це важливо, оскільки сучасний маркетинг вимагає знання іноземної мови для спілкування на міжнародному рівні та роботи з іноземними контрагентами. Такий підхід допомагає випускникам не лише засвоювати теоретичний матеріал, але й розвивати практичні навички та комунікативну компетентність.

Додатковою перевагою цієї освітньої програми є значна кількість варіативних освітніх компонентів, які можуть бути обрані здобувачами в межах програми. Це дозволяє кожному налаштовувати свою освітню траєкторію відповідно до індивідуальних цілей, потреб та інтересів.

Привертає увагу фокус освітньої програми, що ґрунтується на інтегральному підході посиленому креативною складовою й формування у здобувачів комплексу знань, вмінь і навичок по розробці, обґрунтуванню та ухваленню ефективних стратегічних, тактичних і оперативних маркетингових рішень для суб'єктів господарювання в сучасних умовах. На розвиток креативності направлені як обов'язкові так і вибіркові навчальні дисципліни в межах освітньої програми.

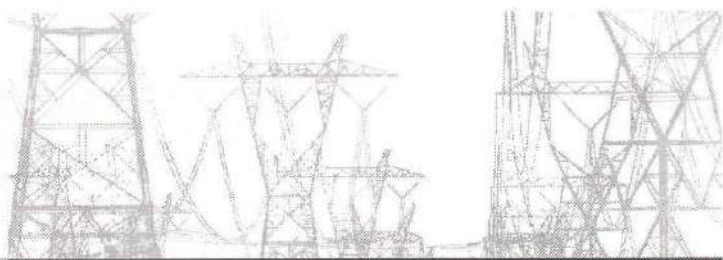
Загалом, освітня професійна програма «Маркетинг» є важливим ресурсом для тих, хто бажає стати експертом у галузі маркетингу. Її актуальність, креативно-інноваційна складова, мовний аспект, індивідуалізованість роблять її привабливим вибором для студентів, які мріють про успішну кар'єру в цій галузі.

З урахуванням вищезазначеного рецензовану освітню програму «Маркетинг» можна рекомендувати для підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Засіпуник керівника
дирекції маркетингу
та реклами
ТОВ "АБТ "Астра"
Васильєв М.В.



М.В. Васильєв



РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню магістр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену на кафедрі
маркетингу Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця**

Сьогодні на ринку праці спостерігається помітне підвищення популярності професій, пов'язаних з маркетингом. Сучасні підприємства все гостріше відчують потребу в професійних маркетологах, оскільки конкуренція на всіх рівнях загострюється, що вимагає якісно нових підходів до вирішення управлінських питань. Тому виникає потреба в освітніх програмах, які представляють собою вдалу комбінацію використання фундаментальних теоретичних знань з можливостями формування практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу.

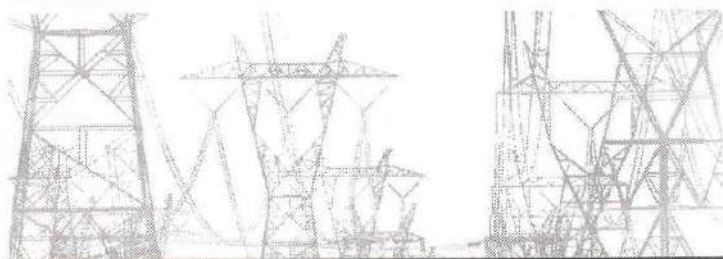
Метою освітньо-професійної програми «Маркетинг», яка подана на рецензію, є підготовка магістрів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих наукових результатах, із урахуванням сучасного стану економіки та ринкових відносин, орієнтує на актуальну спеціальність, в межах якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра, зокрема в області комунікацій, збуту, ціноутворення, стратегічного, міжнародного та інтернет маркетингу.

В процесі підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» передбачено формування інтегральної компетентності, яка полягає у здатності розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Програмою передбачено формування загальних та фахових компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу, які сприятимуть успішній діяльності в цій сфері. Нормативний зміст підготовки здобувачів відображено в результатах навчання, які також прописані в освітньо-професійній програмі.

Програма ґрунтується на фундаментальній ринковій та загальноекономічній освіті, пропонує комплексний підхід до маркетингової діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, розміру, видів діяльності шляхом теоретичного

ТОВ "Науково - Промисловий Сервіс - ЕНЕРГІЯ"

м. Харків, вул. Бурсацький узвіз, 7/14, оф. 5-11
тел.: (037) 757 50 50, 757 51 51
e-mail: npseua@gmail.com



навчання та практичної підготовки, орієнтована на використання сучасних інформаційних технологій.

Для досягнення необхідних компетентностей освітньо-професійна програма містить набір професійно-орієнтованих дисциплін з управління маркетинговою діяльністю, стратегічного маркетингу, економіко-математичного моделювання, методології наукових досліджень та ін.

Програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами сукупністю фахових компетентностей; реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом проходження виробничої практики на сучасних підприємствах, в організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.

Варто зазначити, що програмою передбачена достатня кількість дисциплін за вибором здобувачів (маг-майнорів). Це дозволяє реалізувати індивідуальні потреби здобувачів вищої освіти.

В процесі розробки освітньої програми «Маркетинг» та формуванні компетентностей були враховані вимоги стандарту вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем, сучасні вимоги роботодавців до професії маркетолога.

Освітню програму «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня з галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам і традиціям вищої школи, сучасним вимогам та тенденціям ринку праці, розроблена у відповідності до галузевих стандартів вищої освіти, ухвалених науково-методичною комісією з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, положень Закону України «Про вищу освіту», розпоряджень Кабінету міністрів України та наказів МОН України.

Рецензент:
Директор ТОВ «НПС-ЕНЕРГІЯ»



В. Стукалкін

ТОВ "Науково - Промисловий Сервіс - ЕНЕРГІЯ"

м. Харків, вул. Буршанський узвіз, 7/14, оф. 5-11
тел.: (057) 757 50 50, 757 51 51
e-mail: npseua@gmail.com