

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

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ**

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю: D5 Маркетинг

галузі знань: D Бізнес, адміністрування та право

Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

Голова вченої ради

Олександр БЕЗЛЮДНИЙ

протокол № _____ від « 19 » 04 2025 р.

Освітня програма вводиться в дію з « ____ » _____ 2025 р.

Ректор Олександр БЕЗЛЮДНИЙ

(наказ № _____ від « 02 » 05 2025 р.)

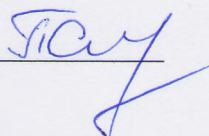
Умань, 2025 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «Маркетинг»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	D Бізнес, адміністрування та право
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	D5 Маркетинг
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	Магістр маркетингу

Освітньо-професійну програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 9 від 20 лютого 2025 р.).

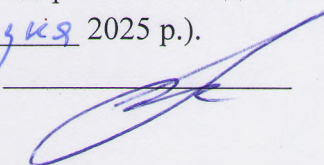
Завідувач кафедри



Світлана ПОДЗИГУН

Освітньо-професійну програму схвалено вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 11 від 26 березня 2025 р.).

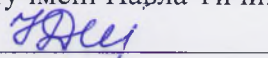
Голова засідання ради інституту



Наталія ПАЧЕВА

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

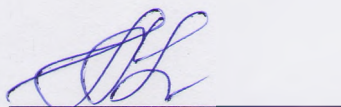
Начальник відділу



Ірина ДЕНИСЮК

Освітньо-професійну програму погоджено
відділом якості освіти, ліцензування та акредитації
УДПУ імені Павла Тичини

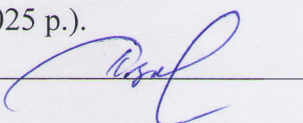
Координатор з питань акредитації,
ліцензування та якості освіти



Наталія ЛЕВЧЕНКО

Освітньо-професійну програму погоджено навчально-методичною радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 6 від 23 квітня 2025 р.).

Голова ради



Валентина РОЗГОН

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (відповідно до затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти

Керівник робочої 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 робочої групи:

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

Гарматюк Олена Валентинівна, доктор філософії, старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рибницька Ірина Олександрівна, директор «Благодійний фонд історико-культурний центр міста Умані».

Лисак Олександр Євгенович, директор ПП «СВІТ ВІКОН».

Прус Дмитро Олександрович, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, ОПП Маркетинг.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Сергій Ренський, голова правління – генеральний директор ПрАТ «Технолог» (№ 08/25 від 05.02.2025 р.).

Людмила Матушевська, начальник фінансового управління Уманської районної державної адміністрації Черкаської області(№ 30/25 від 14.02.2025 р.).

Олена Рудь, директор ТОВ «Сервісно-технічний центр «УкрАвтоЗапчастина Умань» (№ 39/25 від 17.02.2025 р.).

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

I. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти, кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом (Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Educational and Research Institute of Economics and Business Education, Marketing, Management and Business Administration Department)
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський) рівень вищої освіти Ступінь вищої освіти - магістр Освітня кваліфікація: магістр маркетингу (Master in Marketing)
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» («Marketing»)
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 6465 Відповідно до рішення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 14.12.2023 р. Термін дії сертифіката до 1 липня 2029 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
Передумови	Наявність освітнього ступеня «Бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст». Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на здобуття ОС «Магістр».
Мова(и) викладання	Українська мова.
Термін навчання за освітньою програмою, форма здобуття освіти	1 рік 4 місяці Форма здобуття освіти: очна (денна), заочна, дуальна (за потреби здобувача вищої освіти та відповідно до наказу МОН №426 «Про затвердження Положення про дуальну форму здобуття фахової передвищої та вищої освіти», Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/3160
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, які володіють інноваційним способом мислення та відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом; здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<i>Галузь знань:</i> D Бізнес, адміністрування та право 0414 Marketing and advertising <i>Спеціальність:</i> D5 Маркетинг (D5 Marketing) <i>Об'єкт вивчення та діяльності:</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. <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. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма. Програма орієнтована на формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проєктну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	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 проєкти, стратегічний маркетинг.
Особливості програми	Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих маркетологів, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці; здатні в умовах розвитку світової спільноти легко адаптуватися до нових видів і форм зайнятості; вирішують управлінські та науково-дослідні завдання, зміст яких відповідає тенденціям розвитку спеціальності та ринку праці. Особливістю програми є тісна співпраця з підприємствами та організаціями різних форм власності, що дозволяє опанувати сучасні знання з маркетингу на реальних прикладах, зокрема шляхом: проходження виробничої практики; проведенням семінарів, конференцій, круглих столів та інших наукових заходів і зустрічей.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в редакції від 29.12.2022 р., професіонали, які здобули освіту за освітньо-професійною програмою Маркетинг, можуть обіймати наступні первинні посади: 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директора з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу). 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв’язків з громадськістю. 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.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за цією галуззю знань або суміжною. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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 навчальної діяльності на засадах особистісно-орієнтованого навчання; упровадження інтерактивних методів навчання з метою формування професійних навичок, що забезпечують розвиток критичного мислення у здобувачів вищої освіти; 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.
Оцінювання	Формами контролю знань здобувачів освітньої програми є поточний, модульний і підсумковий контроль. Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних, семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи. Модульний контроль проходить після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Форму модульного контролю (у вигляді тестів, письмової контрольної роботи, колоквиуму, 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. 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», «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». Методи оцінювання: усний, письмовий; тестування, зокрема в системі Moodle. Атестація здобувачів вищої освіти освітньої програми проводиться у формі комплексного екзамену за фахом та захисту кваліфікаційної роботи.
6 – Компетентності	
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 (ЗК)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК 9. Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями.
Фахові компетентності (ФК)	ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. 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. ФК 10. Здатність застосовувати в практичній діяльності принципи стратегічного та інноваційного маркетингу.

7 – Нормативний зміст підготовки, сформульований у результатів навчання

РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
--

- РН 10.** Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- РН 11.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- РН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- РН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- РН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- РН 15.** Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
- РН 16.** Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.
- РН 17.** Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	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.
Матеріально-технічне забезпечення	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.
Інформаційне навчально-методичне забезпечення	та – Щорічно оновлену інформацію про організацію освітньої діяльності для підготовки здобувачів вищої освіти розміщують на сайті університету https://udpu.edu.ua у рубриці «Навчання». Освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти опубліковують і розміщують на веб-сайті Університету в рубриці «Навчання. Освітні програми» https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy . 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: – інформаційно-освітнє середовище https://dls.udpu.edu.ua, 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; – електронний архів навчальних, наукових та навчально-методичних матеріалів https://library.udpu.edu.ua, 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. 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 421778 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: https://library.udpu.edu.ua.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	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. 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». На основі двосторонніх договорів між Уманським державним педагогічним університетом імені Павла Тичини та університетами України, а також багатостороннього договору про академічну співпрацю № 01/21 від 1.09.2021 року.
Міжнародна кредитна мобільність	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. Формами академічної мобільності здобувачів вищої освіти в університеті є навчання за програмами академічної мобільності, мовне або наукове стажування, проходження практики. 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. Участь у зовнішніх програмах академічної мобільності регламентується двосторонніми договорами Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини в межах предметної області.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливість навчання іноземних студентів передбачена.

II. Перелік освітніх компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, атестація)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
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	Рекламний менеджмент	3	залік
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	5	екзамен
ОК 10	Маркетинговий аналіз	6	екзамен
ОК 11	Управління проектами	6	екзамен
Практична підготовка			
ОК 12	Виробнича практика	9	екзамен
Атестація			
ОК 13	Комплексний екзамен за фахом	1,5	екзамен
ОК 14	Кваліфікаційна роботи (виконання, захист)	7,5	захист
Вибіркові компоненти ОП			
Загальний обсяг вибірових компонент:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

III. Логічна послідовність освітніх компонент освітньої програми Маркетинг

Код н/д	Обов'язкові компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, атестація)
1 семестр	
ОК 01	Ділова іноземна мова
ОК 02	Бізнес-етика в галузі
ОК 03	Методологія та організація наукових досліджень
ОК 04	Рекламний менеджмент
ОК 05	Стратегічний маркетинг
ОК 06	Маркетинговий менеджмент
ОК 09	Логістичний менеджмент
2 семестр	
ОК 01	Ділова іноземна мова
ОК 07	Маркетинг інновацій
ОК 08	Маркетингове планування
ОК 12	Виробнича практика
ВК 01	Дисципліна вільного вибору студента 1
ВК 02	Дисципліна вільного вибору студента 2
ВК 03	Дисципліна вільного вибору студента 3
3 семестр	
ОК 10	Маркетинговий аналіз
ОК 11	Управління проєктами
ВК 04	Дисципліна вільного вибору студента 4
ВК 05	Дисципліна вільного вибору студента 5
ВК 06	Дисципліна вільного вибору студента 6
ОК 13	Комплексний екзамен за фахом
ОК 14	Кваліфікаційна робота

IV. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти освітньо-професійної 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 здобувачів вищої освіти освітньої програми здійснюється у формі комплексного екзамену за фахом та публічного захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого 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.

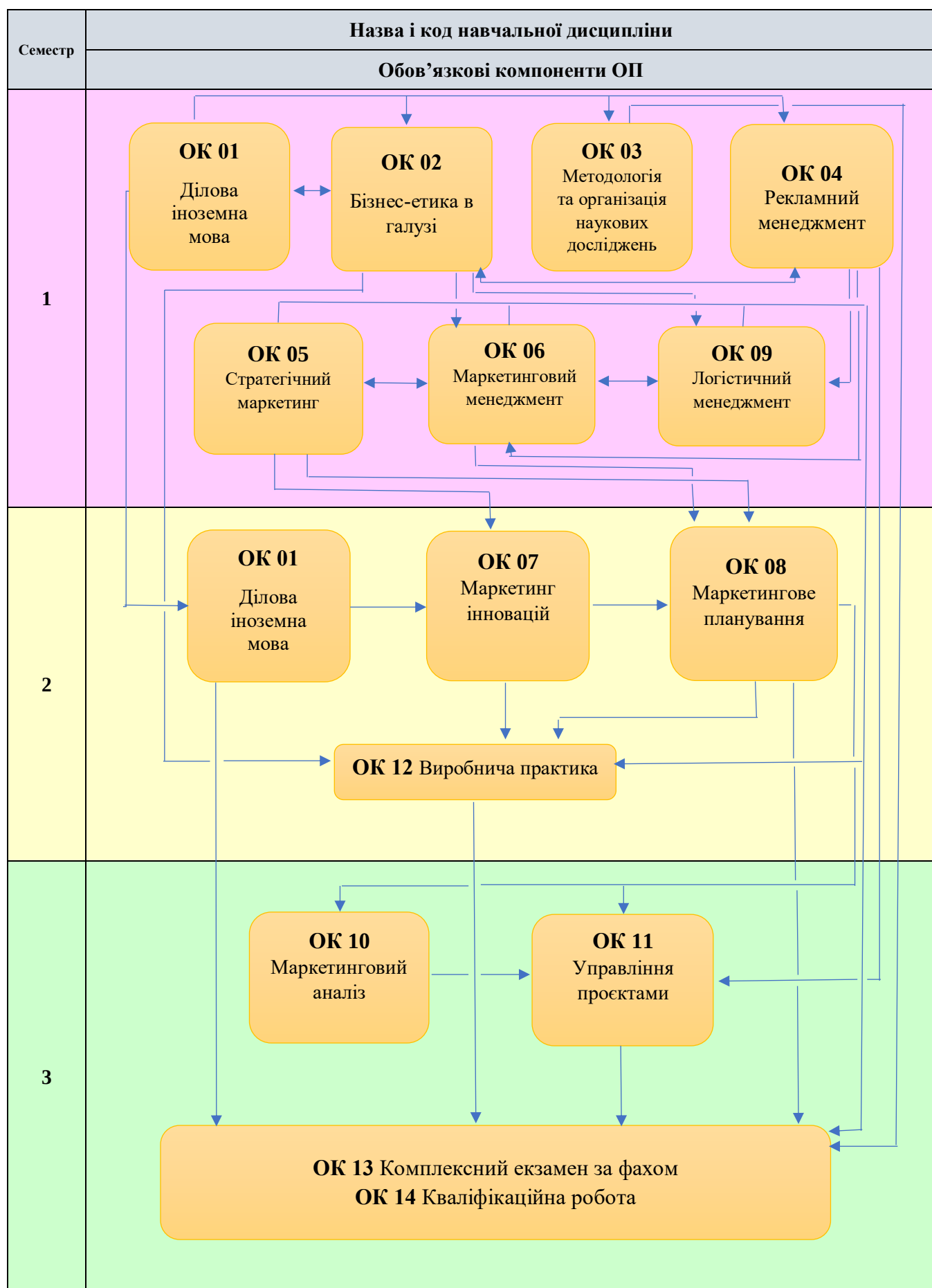
Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті інституту.

Кваліфікаційна робота та комплексний екзамен за фахом дає можливість перевірити досягнення усіх результатів навчання визначених стандартом і освітньою програмою.

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.

V. Структурно-логічна схема ОПП Маркетинг.



VI. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості освіти

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті створена і функціонує на таких принципах: академічна свобода, автономність і саморегулювання; відкритість до нових знань і критики; чесність і толерантність у ставленні до членів колективу і партнерів; взаємна вимогливість і довіра; ініціативність і лідерство; суспільна та індивідуальна відповідальність за результати роботи; інклюзивність освітнього середовища.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу і періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюднення результатів оцінювань на офіційному сайті, інформаційних стендах тощо;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Університету й здобувачами вищої освіти шляхом створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

Структуру системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті формує університетська спільнота: структурні підрозділи, науковопедагогічні і педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, представники адміністрації і допоміжних служб.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті діє на п'яти рівнях.

Процедури та заходи забезпечення якості освіти в університеті регулюються «Положенням про організацію освітнього процесу», «Положенням про освітні програми», «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» та ін.

VII. Матриця відповідності компетентностей освітнім компонентам освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності D5 Маркетинг

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14
ЗК 1			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 2		+			+		+	+				+	+	+
ЗК 3										+	+	+	+	+
ЗК 4				+		+		+				+	+	+
ЗК 5	+	+		+					+		+	+	+	+
ЗК 6	+		+		+		+	+		+		+	+	+
ЗК 7		+		+					+			+	+	+
ЗК 8					+		+				+	+	+	+
ЗК 9	+	+		+							+	+	+	+
ФК 1	+		+				+	+	+		+	+	+	+
ФК 2	+		+				+	+	+			+	+	+
ФК 3			+			+	+					+	+	+
ФК 4		+		+			+					+	+	+
ФК 5					+					+	+	+	+	+
ФК 6				+	+	+			+			+	+	+
ФК 7					+	+		+		+	+	+	+	+
ФК 8						+		+			+	+	+	+
ФК 9			+		+			+		+		+	+	+
ФК 10					+	+	+				+	+	+	+

VIII. Матриця забезпечення результатів навчання (РН) відповідними освітніми компонентами освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності D5 Маркетинг

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14
РН 1		+			+	+						+	+	+
РН 2		+					+		+		+	+	+	+
РН 3			+		+		+	+	+	+	+	+	+	+
РН 4					+	+		+				+	+	+
РН 5	+		+					+			+	+	+	+
РН 6				+		+		+			+	+	+	+
РН 7						+	+					+	+	+
РН 8	+	+		+				+	+			+	+	+
РН 9					+	+		+	+			+	+	+
РН 10						+	+		+	+	+	+	+	+
РН 11					+			+		+		+	+	+
РН 12					+	+				+	+	+	+	+
РН 13					+	+						+	+	+
РН 14	+	+		+	+	+						+	+	+
РН 15			+					+		+		+	+	+
РН 16					+			+	+	+		+	+	+
РН 17					+	+	+				+	+	+	+

IX. Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності D5 Маркетинг

Результати навчання	Компетентності																		
	Інтегральна компетентність																		
	Загальні компетентності									Фахові компетентності спеціальності									
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10
РН 1									+	+	+							+	+
РН 2	+	+							+	+	+							+	+
РН 3	+					+		+				+		+					
РН 4	+	+		+											+	+	+		+
РН 5						+		+			+	+							
РН 6	+							+		+	+				+		+		
РН 7		+	+										+	+	+		+		
РН 8		+			+								+						
РН 9	+									+			+		+		+		
РН 10	+	+													+	+	+		
РН 11						+								+	+	+	+		+
РН 12	+							+						+		+	+		+
РН 13	+		+											+	+	+	+		
РН 14				+	+										+		+		+
РН 15						+					+	+		+		+			
РН 16			+	+		+				+	+	+					+		+
РН 17	+	+		+			+				+		+		+		+		

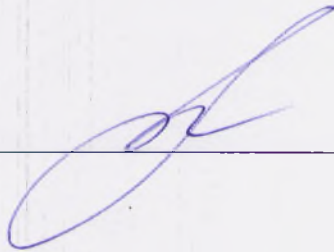
Х. Матриця відповідності визначених компетентностей освітньо-професійної програми Маркетинг дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Зн1 Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	Ум1 Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур Ум2 Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах Ум3 Здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	К1 Зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема, до осіб, які навчаються	Відповідальність і автономія АВ1 Управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів АВ2 Відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів АВ3 Здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії
Загальні компетентності				
ЗК 1		УМ1	К1	АВ1
ЗК 2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК 3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК 4	ЗН2	УМ3		АВ1
ЗК 5		УМ1	К1	АВ2
ЗК 6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК 7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК 8	ЗН1	УМ2		АВ3
ЗК 9	ЗН1	УМ2		
Фахові компетентності				
ФК 1	ЗН1	УМ1		АВ3
ФК 2	ЗН2	УМ3		АВ3
ФК 3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
ФК 4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
ФК 5	ЗН1	УМ2		АВ1
ФК 6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ФК 7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК 8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК 9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
ФК 10	ЗН2	УМ2		

XI. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

1. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-andguidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf
2. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>
3. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training2013.pdf>
4. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування для другого (магістерського) рівня вищої освіти. – <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>
5. Постанова № 1021 від 30 серпня 2024 року Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text>
6. Положення про освітні програми в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://surl.li/abtbru>

Гарант освітньої програми _____



Наталія ПАЧЕВА