

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний авіаційний університет



**ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«Міжнародний маркетинг»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти**

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

**СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 05 – 2024**


Освітньо-професійна програма  
затверджена Вченою радою Університету  
протокол № в.р.д. 11 від 30.05 2024 р.

Голова комісії з реорганізації НАУ,  
в.о. ректора

*Ксенія СЕМЕНОВА*

Наказ № 251/09 від 30.05 2024 р.

КИЇВ

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП
	<p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>		
		стор. 2 з 20	


Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень,  
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»,  
спеціальність 075 «Маркетинг».

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

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою  
протокол № 3  
від " 16 " 04 2024 р.

Голова НМР НАУ,  
проректор з навчальної роботи  
  
Анатолій ПОЛУХІН


ПОГОДЖЕНО

Вченою радою Факультету економіки та  
бізнес-адміністрування  
протокол № 4  
від " 11 " 04 2024 р.

Голова Вченої ради ФЕБА  
  
Світлана ПЕТРОВСЬКА

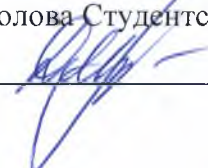
ПОГОДЖЕНО


Кафедрою маркетингу  
протокол засідання № 9  
від " 08 " 04 2024 р.

В.о. завідувача кафедри  
  
Кирил АСТАХОВ

ПОГОДЖЕНО

Студентською радою Факультету економіки  
та бізнес-адміністрування  
протокол № 8  
від " 10 " 04 2024р.

Голова Студентської ради Факультету  
  
Діана МИКИТЧЕНКО

	<p>Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП
	<p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>		11.01.03 – 05 - 2024

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг», рік вступу – 2024-й та наступні до нової редакції освітньої програми

у складі:

### ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Анна ШЕВЧЕНКО - к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу


  
підпис гаранта

### ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ - д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу

  
підпис члена робочої групи

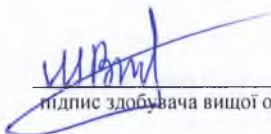
Тетяна КНЯЗЄВА - д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу

  
підпис члена робочої групи

Олена БОРИСЕНКО - к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

  
підпис члена робочої групи

Валерія МАРЧУК - здобувачка вищої освіти,  
яка навчається на освітній програмі

  
підпис здобувача вищої освіти

### ЗОВНІШНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ:

Василь ХАТНЮК Заступник генерального директора ТОВ «Авіакомпанія «СКАЙАП»

  
підпис стейкхолдера

Дмитро ЗОЛОТАРЬОВ Директор ТОВ «ТПОВІ»

  
підпис стейкхолдера


Рецензії, відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Контрольний примірник**

ПРИМІТКА. Відповідно до п. 1.47 наказу голови комісії з реорганізації НАУ, в.о. ректора від 28.03.2024 № 120/од «Про введення в дію рішень Вченої ради університету від 20 березня 2024 року (протокол № 3)» реалізація освітнього процесу за цією редакцією освітньої програми в 2024-2025 навчальному році відтермінована у зв'язку з реорганізацією Національного авіаційного університету.

	<p align="center"><b>Система менеджменту якості</b> ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА <b>«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</b></p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	<b>СМЯ НАУ ОПП</b> <b>11.01.03 – 05 - 2024</b>
		стор. 4 з 20	

## 1. Профіль освітньо-професійної програми

<b>Розділ 1. Загальна інформація</b>		
1.1.	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний авіаційний університет Факультету економіки та бізнес-адміністрування Кафедра маркетингу Навчально-науковий інститут неперервної освіти (заочна форма навчання)
1.2.	Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітній ступінь: магістр Освітня кваліфікація: магістр маркетингу
1.3.	Офіційна назва освітньо-професійної програми	Міжнародний маркетинг
1.4.	Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом магістра, одиничний 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці (денна форма навчання) / 1 рік 4 місяці (заочна форма навчання). Періоди навчання іноземних студентів визначаються окремими наказами університету відповідно до нормативних документів в сфері вищої освіти
1.5.	Акредитаційна інституція	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти Сертифікат про акредитацію освітньої програми «Міжнародний маркетинг» 075 Маркетинг другий (магістерський) рівень №3638 від 25.11.2022р.
1.6.	Період акредитації	до 01.07.2028 р
1.7.	Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти 7 рівень Національної рамки кваліфікацій України (НРК України), другий цикл Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA), 7 рівень Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL).
1.8.	Передумови	Прийом на навчання для здобуття вищої освіти за другим (магістерським) рівнем освіти за спеціальністю 075 Маркетинг здійснюється за наявності вищої освіти за ступенем бакалавр. Умови вступу регулюються Правилами прийому до Національного авіаційного університету.
1.9.	Форма навчання	денна, заочна.
1.10.	Мова(и) викладання	Українська
1.11.	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	<a href="http://nau.edu.ua/">http://nau.edu.ua/</a>
<b>Розділ 2. Ціль освітньо-професійної програми</b>		
2.1.	ОП «Маркетинг» відповідає місії НАУ, у якій наголошується, щодо внеску НАУ у розвиток суспільства на національному та міжнародному рівнях через генерацію нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти з	





Система менеджменту якості  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»  
Спеціальність: 075 «Маркетинг»  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Другого (магістерського) рівня вищої освіти

Шифр  
документа

СМЯ НАУ ОПП  
11.01.03 – 05 - 2024

стор. 5 з 20


вирішенням завдань маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях, що надасть здатність студентам отримувати високоякісні освітні та науково-дослідні послуги та розв'язувати комплексні проблеми та створювати нові знання в сфері розвитку міжнародного маркетингу, його інструментів і технологій

### Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми

3.1	Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	<p><i>Об'єкт діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів на національних та міжнародних ринках.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків як на національному так і міжнародному рівні; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу з урахуванням міжнародного досвіду.</p> <p><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> <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>
3.2.	Орієнтація освітньо-професійної програми	Програма має прикладну орієнтацію та базується на загальнонаукових положеннях, результатах сучасних наукових та маркетингових дослідженнях необхідних для підготовки компетентних маркетингових аналітиків, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств на національному та міжнародному рівнях, здатних застосовувати



		отримані знання в організаційно-управлінській, аналітичній та науково-дослідній діяльності в області теорії та практики маркетингу за умови оволодіння системою компетентностей.
3.3.	Основний фокус освітньо-професійної програми	Загальна вища освіта зі спеціальності «Маркетинг». Набуття сучасних, актуальних та науково верифікованих знань. Спеціальна у сфері міжнародного маркетингу. Поглиблені знання спрямовані на формування компетентностей завдяки орієнтації на дослідження в сфері маркетингу на національному та міжнародному рівнях, враховує специфіку роботи підприємств, зокрема авіаційного сектору, враховує спектр напрямків професійної та наукової кар'єри здобувача. Ключові слова: зарубіжні ринки, маркетингові стратегії, управління маркетинговою діяльністю міжнародних компаній, методи і практичні прийоми маркетингу.
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	Програма базується на підготовці фахівців, які здатні успішно конкурувати в сфері маркетингу з урахуванням бізнес-середовища та ринкових тенденцій на національному та міжнародному рівнях. Відмінність програми від інших – формування професійних компетентностей із врахуванням сьогоденного стану економіки та ринкових відносин, орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі маркетингу та міжнародного маркетингу, враховує специфіку використання маркетингу в управлінні підприємств різних галузей на національному та міжнародному ринках, в тому числі авіаційної галузі, з метою проведення аналітичних досліджень, формує компетентності персоналу маркетингових служб в умовах нестабільного попиту на основі принципів інноваційного розвитку та сучасних інформаційних технологій, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких студент визначає професійну та наукову кар'єру.
<b>Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>		
4.1.	Придатність до працевлаштування	Випускники отримують можливість працевлаштування на вітчизняних та міжнародних підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в межах відповідної спеціальності та обіймати

	<p align="center"><b>Система менеджменту якості</b> ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА <b>«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</b></p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	<b>СМЯ НАУ ОПП</b> <b>11.01.03 – 05 - 2024</b>
		стор. 7 з 20	

		посади в інших секторах економіки.
4.2.	Подальше навчання	Продовження навчання здобувачів вищої освіти для отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії: 8 рівня НРК України, третього циклу FQ-EHEA та 8 рівня EQF-LLL. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.
<b>Розділ 5. Викладання та оцінювання</b>		
5.1.	Викладання та навчання (методи, методика, технології, інструменти та обладнання)	<p><i>Методи, засоби та технології:</i> Студентоцентрикований підхід у навчанні. Проблемно-орієнтоване навчання, яке передбачає формулювання та вирішення проблеми під час лекцій, інтерактивне спілкування з викладачами, оволодіння професійними методиками, аналіз кейсів та конкретних маркетингових ситуацій, самопідготовка із використанням мережі Інтернет, самостійна робота на основі сучасних наукових джерел, підготовка наукових доповідей, участь у наукових дискусіях, робота у комп'ютерних класах, дослідження проблеми під час самостійної роботи здобувачів вищої освіти, практична підготовка.</p> <p>Інформаційні технології навчання: робота здобувачів вищої освіти у спеціалізованих кабінетах облаштованих мультимедійними засобами, що забезпечує можливість проведення інтерактивних лекцій та віртуальних практичних робіт, застосування пошукової методики здобуття нових знань, організації проектної роботи, проведення комп'ютеризованого тестового контролю якості знань.</p>
5.2.	Оцінювання	Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті, Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю, рейтингової системи оцінювання набутих студентом знань та вмінь, визначеної для кожної навчальної дисципліни її робочою програмою.
<b>Розділ 6. Програмні компетентності</b>		
6.1.	Інтегральна компетентність (ІК)	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.



6.2.	Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані 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, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
6.3.	Фахові компетентності	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.  <i>Додаткові фахові компетентності, пов'язані з особливостями освітньої програми:</i>  ФК10. Здатність визначати стан інтеграційних





		<p>процесів, їх вплив на прийняття управлінських рішень з урахуванням нормативно-регулюючих аспектів маркетингової діяльності та застосовувати методи прийняття управлінських рішень в маркетингу та навичок їх використання, приймати рішення щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах невизначеності, ризикованості та подолання конфліктів</p> <p>ФК11. Здатність використовувати в практичній діяльності сучасні уявлення про фундаментальні принципи управління маркетинговою діяльністю та інноваційним розвитком підприємства на національному та міжнародному рівні</p> <p>ФК12. Здатність до розуміння глобального конкурентного середовища і ринкових інновацій та розробки проектів маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК13. Здатність вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі, знаходити шляхи використання резервів підвищення ефективності здійснення маркетингової діяльності на авіаційному транспорті в умовах глобалізації ринку</p> <p>ФК14. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах діджиталізації, використовувати інноваційні методи та інструментарій цифрових технологій маркетингу; розробляти рекомендації щодо залучення, утримання та збільшення клієнтів та підтримки зростання бізнесу в традиційному та цифровому середовищі</p>
<b>Розділ 7. Програмні результати навчання</b>		
7.1.	Програмні результати навчання	<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику</p>



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.

*Додаткові програмні результати навчання, пов'язані з особливостями освітньої програми:*

ПРН16. Вміти аналізувати інтереси внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів з позицій вдосконалення маркетингової діяльності



		<p>ринкового суб'єкта. ПРН17. Вміти застосовувати методи прийняття управлінських рішень в маркетингу, приймати рішення щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах невизначеності, ризикованості як на національному так і міжнародному рівнях ПРН 18. Застосовувати стратегії продажів в діяльності компанії, клієнтський аналіз для постановки завдань, розробляти та реалізовувати програми лояльності, розбудовувати традиційні та електронні моделі продажів компанії та використовувати різноманітні методи та цифрові технології для збільшення обсягу продажів компанії як на традиційному так і електронному ринку ПРН 19. Вміти розробляти проекти маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. ПРН 20. Вміти вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі, знаходити шляхи використання резервів підвищення ефективності здійснення маркетингової діяльності на авіаційному транспорті в умовах глобалізації ринку.</p>
<b>Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>		
8.1.	Кадрове забезпечення	<p>Штатні науково-педагогічні працівники, які залучені до реалізації освітніх складових ОПП, відповідно до ліцензійних вимог мають науковий ступінь та/або вчене звання, є провідними фахівцями в галузі управління та адміністрування, а також мають необхідний стаж наукової та педагогічної роботи. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
8.2.	Матеріально-технічне забезпечення	<p>Якісне викладання компонентів ОПП забезпечується за допомогою комп'ютерного класу, навчальної лабораторії сучасних технологій, обладнаних персональними комп'ютеризованими навчальними місцями з сучасним програмним забезпеченням. Матеріально-технічна база випускової кафедри маркетингу дозволяє забезпечити підготовку фахівців на другому (магістерському) рівні вищої освіти за ОПП:</p>



		<ul style="list-style-type: none"><li>- забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів;</li><li>- усі комп'ютери кафедри під'єднані до локальної мережі університету з можливістю виходу в глобальну мережу Інтернет;</li><li>- для ведення документації та забезпечення навчально-методичними матеріалами освітнього процесу кафедра в достатній кількості забезпечена оргтехнікою (принтерами, МФУ, сканерами);</li><li>- навчальна лабораторія «Інформаційних систем маркетингу» оснащена технічними засобами та спеціалізованим програмним забезпеченням.</li></ul> <p>Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, гуртожитками забезпечені усі потребуючі, наявна соціальна інфраструктура включає спортивний комплекс, пункти харчування, центр творчості, медпункт.</p>
8.3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Через електронний репозитарій НАУ забезпечено доступ кожного студента до навчально-методичних матеріалів з компонентів програми (<a href="https://er.nau.edu.ua">https://er.nau.edu.ua</a>); забезпечено доступ студентів до мережі Інтернет.</p> <p>Відповідне інформаційне та навчально-методичне забезпечення розташоване на освітніх платформах Google Classroom.</p>
<b>Розділ 9. Академічна мобільність</b>		
9.1.	Національна кредитна мобільність	<p>Забезпечується відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Національному авіаційному університеті та Положення про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті та реалізується на основі двосторонніх договорів між Національним авіаційним університетом та вищими навчальними закладами України.</p>
9.2.	Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Національним авіаційним університетом з Вищою школою логістики у Вроцлаві.</p> <p>Договір № 13-2017/UA-PL – Європейська вища школа бізнесу (Польща)</p>
9.3.	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Створені належні умови для забезпечення вимог навчального процесу для іноземних здобувачів вищої освіти.</p> <p>Особливості вступу на навчання іноземців та осіб без громадянства регулюються Правилами прийому до Національного авіаційного</p>



**Система менеджменту якості**  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
**«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»**

Спеціальність: 075 «Маркетинг»  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Другого (магістерського) рівня вищої освіти


Шифр  
документа

**СМЯ НАУ ОПП**  
**11.01.03 – 05 - 2024**

стор. 13 з 20

		<p>університету. Забезпечення прийому на всі форми навчання іноземних громадян, координацію та контроль підготовки іноземних фахівців за різними освітніми рівнями на профільних факультетах та в навчально-наукових інститутах університету та його відокремлених структурних підрозділах здійснює Інститут міжнародного співробітництва та освіти Національного авіаційного університету (<a href="http://imco.nau.edu.ua">http://imco.nau.edu.ua</a>)</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<b>Система менеджменту якості</b> <b>ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА</b> <b>«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти	Шифр документа	<b>СМЯ НАУ ОПП</b> <b>11.01.03 – 05 - 2024</b>
		стор. 14 з 20	

## 2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

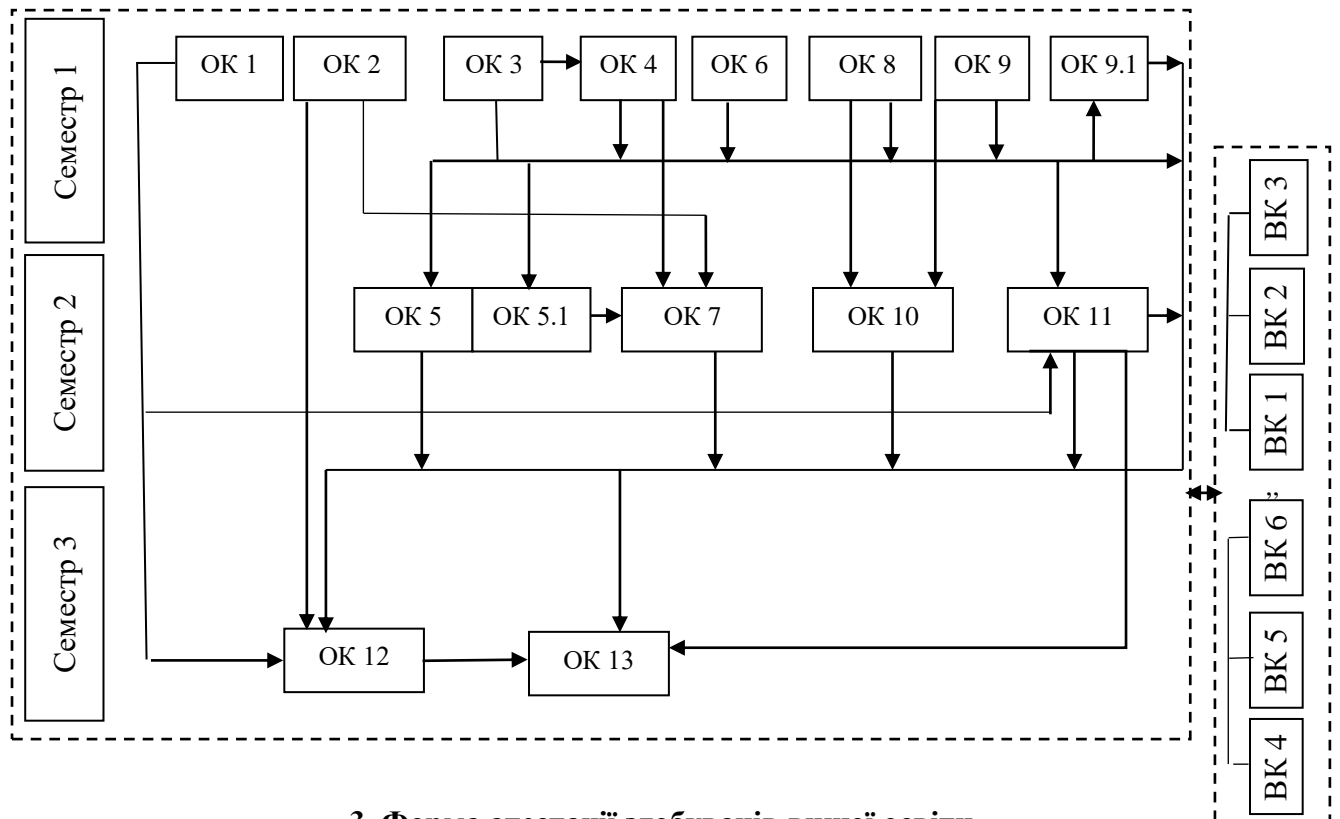
### 2.1. Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ</b>				
ОК1	Ділова іноземна мова	3,5	Диференційований залік	1
ОК2	Стандарти забезпечення маркетингової діяльності	3,5	Диференційований залік	1
ОК3	Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу	3,5	Диференційований залік	1
ОК4	Маркетинг кроскультурного середовища	3,5	Диференційований залік	1
ОК5	Стратегічний маркетинг	4,5	Екзамен	2
ОК5.1	Курсова робота з дисципліни «Стратегічний маркетинг»	1,0	Захист	2
ОК6	Інтегрований digital-маркетинг	4,5	Екзамен	1
ОК7	Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі	3,0	Екзамен	2
ОК8	Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку	5,0	Екзамен	1
ОК9	Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг	5,5	Екзамен	1
ОК9.1	Курсова робота з дисципліни «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг»	1,0	Захист	1
ОК10	Управління інноваційними маркетинговими проєктами на зовнішніх ринках	3,5	Екзамен	2
ОК11	Професійно-маркетингова практика	6,0	Диференційований залік	2
ОК12	Переддипломна практика	6,0	Диференційований залік	3
ОК 13	Кваліфікаційна робота	12,0	Захист	3
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>		<b>66 кредитів ЄКТС</b>		
<b>ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ*</b>				
ВК1	Дисципліна 1	4,0	Диференційований залік	2
ВК2	Дисципліна 2	4,0	Диференційований залік	2
ВК3	Дисципліна 3	4,0	Диференційований залік	2
ВК4	Дисципліна 4	4,0	Диференційований залік	3
ВК5	Дисципліна 5	4,0	Диференційований залік	3
ВК6	Дисципліна 6	4,0	Диференційований залік	3
<b>Загальний обсяг вибіркових компонентів 24 кредити ЄКТС</b>				
<b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми 90 кредитів ЄКТС</b>				

*\*Реалізація права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін та створення індивідуальної освітньої траєкторії регламентується Законом України «Про вищу освіту» та внутрішніми нормативними актами НАУ. Вибіркові компоненти обираються здобувачами вищої освіти із каталогів рекомендованих та альтернативних вибіркових дисциплін.*



## 2.2. Структурно-логічна схема ОПП



## 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	<p>Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складної задачі у сфері маркетингу, що потребує проведення досліджень та/або здійснення інновацій.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічний плагіат, фабрикацію та фальсифікацію.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії Національного авіаційного університету. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p> <p>Захист має відбуватись відкрито і публічно</p>




#### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компоненти Компетентності	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК5.1	ОК 6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК9.1	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ВК1	....	ВК6
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1																		
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
ЗК1		+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+			
ЗК2			+	+	+	+	+			+	+	+		+	+			
ЗК3		+											+		+			
ЗК4	+		+	+				+	+	+	+	+	+	+	+			
ЗК5	+			+									+	+	+			
ЗК6	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+			
ЗК7			+		+	+			+			+	+	+	+			
ЗК8					+	+			+		+	+			+			
ФК1	+	+	+		+	+	+					+		+	+			
ФК2	+		+							+	+		+		+			
ФК3			+		+	+					+		+		+			
ФК4				+		+	+					+	+	+	+			
ФК5					+	+			+	+	+	+	+	+	+			
ФК6							+	+	+				+	+	+			
ФК7				+	+	+		+	+	+				+	+			
ФК8									+	+	+	+		+	+			
ФК9			+			+							+	+	+			
ФК10					+		+	+	+	+	+	+			+			
ФК11				+		+						+	+	+	+			
ФК12				+						+					+			
ФК13						+		+	+					+	+			
ФК14							+						+	+	+			



### 5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

Компоненти Результати	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК5.1	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК9.1	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ВК1	...	ВК6
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		+	+			+		+		+	+		+	+	+			
ПРН 16								+					+	+	+			
ПРН 17					+	+		+	+			+		+	+			
ПРН 18					+	+	+	+	+				+	+	+			
ПРН 19				+						+	+				+			
ПРН 20						+		+	+					+	+			

	<b>Система менеджменту якості</b> <b>ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА</b> <b>«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти	Шифр документа	<b>СМЯ НАУ ОПП</b>
		<b>11.01.03 – 05 - 2024</b> стор. 18 з 20	

## 6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти НАУ


Якість освітньо-професійної програми визначається внутрішньою системою забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності НАУ, яка функціонує згідно з Положення про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності, затвердженого рішенням Вченої ради університету від 28.11.2018 (протокол №8) та відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (Розділ V Забезпечення якості вищої освіти, ст.16).

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

1. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-p>
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-p>
5. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457 (із змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
6. Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 № 960 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>





	<b>Система менеджменту якості</b> <b>ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА</b> <b>«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПІ 11.01.03 – 05 - 2024
		стор. 20 з 20	

### АРКУШ РЕЄСТРАЦІ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

**(Ф 03.02 – 03)**

### АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

**(Ф 03.02 – 32)**

### УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				

**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
**на освітньо-професійну програму «Міжнародний маркетинг»**  
**зі спеціальності 075 «Маркетинг»**  
**здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр»**

Управління міжнародною діяльністю підприємства повинно базуватися на системному, ситуаційному, програмно-цільовому підходах, які забезпечує сучасний маркетинг. Його необхідно розглядати як теорію і практику управління виробництвом і збутом товарів підприємства як на вітчизняному, так і на міжнародних ринках з урахуванням клієнтоорієнтованого підходу та специфічних особливостей різних типів ринків. Доцільно зазначити, що реалізація зазначеного вектору розвитку одночасно характеризується намаганням досягати позитивний результат у сталий спосіб, що актуально як для господарюючих суб'єктів, державних структур, так і міжнародних інституцій. Отже, сьогодні постає необхідність у підготовці відповідного кадрового забезпечення реалізації поставлених завдань, а сучасні освітньо-професійні програми університетів повинні включати ефективну комбінацію використання фундаментальних теоретичних знань з можливостями формування практичних компетенцій майбутніх фахівців з міжнародного маркетингу.

Освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг» другого рівня вищої освіти, що реалізується в Національному авіаційному університеті за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» являє собою систему документів, розроблену і затверджену закладом вищої освіти з урахуванням діючого стандарту та вимог ринку праці. Метою цієї програми є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетенцій, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності підприємств на міжнародному ринку, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог ринку. Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність міжнародних компаній як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин на міжнародному ринку для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Дана освітньо-професійна програма базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням сучасного стану економіки та ринкових відносин, орієнтує на актуальну спеціальність, у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра у сфері комунікацій, збуту, стратегічного, міжнародного та електронного маркетингу.

Навчання забезпечують високопрофесійні викладачі кафедри маркетингу, які мають різні наукові ступені та вчені звання, досвід викладання та розробки навчально-методичного забезпечення, а також до реалізації програми залучено кваліфікованих фахівців-практиків у сфері маркетингу, зокрема і міжнародного. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає діючим вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.

Отже, вважаємо, що освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» в Національному авіаційному університеті є актуальною, відповідає вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОНУ за спеціальністю 075 «Маркетинг» та забезпечує якісну підготовку майбутніх магістрів міжнародного маркетингу.

Золотарьов Д. В.



Директор ТОВ «ТОПОВІ»



Юридична адреса: 03124, м. Київ, вул. Василенка-Миколи, 14-Г  
Поштова адреса: ТОВ «ТОПОВІ», 02090, м. Київ, вул. Роберта Лісовського, 4



+38 044 222 77 22



info@topovi.com.ua  
www.topovi.com.ua



**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
**на освітньо-професійну програму «Міжнародний маркетинг»**  
**зі спеціальності 075 «Маркетинг»**  
**здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр»**

Національний авіаційний університет є одним із найбільших вищих навчальних закладів України, в якому навчаються студенти з різних країн світу за багатьма спеціальностями. Випускники університету та кафедри маркетингу зокрема, працюють в вітчизняних і зарубіжних компаніях, що підтверджує якість отриманих знань та високий професійний рівень викладацького складу.

Освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, що реалізується в Національному авіаційному університеті за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблена професорсько-викладацьким складом кафедри маркетингу університету, з урахуванням вимог сучасного ринку праці, глобальних тенденцій, потреб українських та міжнародних компаній, представників різних галузей, зокрема авіаційної. До освітньо-професійної програми включено досить цікаві, змістовні та актуальні в сьогоднішніх умовах розвитку нашої країни дисципліни. Навчально-методичні матеріали, інформаційне забезпечення відповідають діючим вимогам та мають необхідний рівень застосування ІТ-інфраструктури.

Мета освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» полягає у підготовці фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності підприємств на міжнародному ринку. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням сучасного стану економіки та ринкових відносин та забезпечує отримання практичних умінь і навичок для ефективної роботи в реальній економіці.

Підготовка здобувачів вищої освіти за даною освітньо-професійною програмою є актуальною, відповідає вимогам ринку праці, відповідає вимогам стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» та європейським стандартам, а також забезпечує високий рівень підготовки фахівців з міжнародного маркетингу.

Заступник генерального директора



Василь Хатнюк

 **SkyUp Airlines**