

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет



ОСВІТНЬО –ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 – 2024


Освітньо-професійна програма
затверджена Вченою радою Університету
протокол № 6 від 14.05.2024 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 «МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	<p>Шифр документа 11.01.03 – 06 - 2024</p>	<p>СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024</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 align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024</p>
	стор. 3 з 20		

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:

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

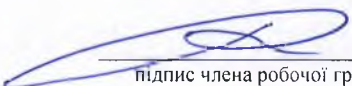

 підпис гаранта

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

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


 підпис члена робочої групи

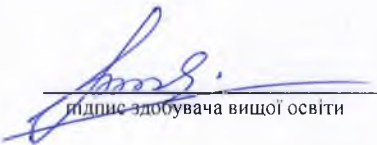
Тетяна КНЯЗЄВА - д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу


 підпис члена робочої групи

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


 підпис члена робочої групи

Каріна ЛІСОВА - здобувачка вищої освіти,
яка навчається на освітній програмі

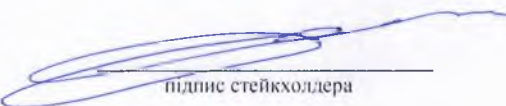

 підпис здобувача вищої освіти

ЗОВНІШНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ:

Анатолій ЖОЛОБЕЦЬКИЙ Заступник директора з питань маркетингу ТОВ «Старк Індастрі»


 підпис стейкхолдера

Володимир СЕМЕНЧЕНКО Директор ТОВ «Міжнародний аеропорт «Одеса»»


 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">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 4 з 20	

1. Профіль освітньо-професійної програми


Розділ 1. Загальна інформація		
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	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 «Маркетинг» 075 Маркетинг другий (магістерський) рівень №6480 від 14.12.2023р.
1.6.	Період акредитації	до 01.07.2029р
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	http://nau.edu.ua/
Розділ 2. Ціль освітньо-професійної програми		
2.1.	ОП «Маркетинг» відповідає місії НАУ, у якій наголошується, щодо внеску НАУ у розвиток суспільства на національному та міжнародному рівнях через генерацію	

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024</p>
	стор. 5 з 20		


нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти з вирішенням завдань маркетингової діяльності, а саме дослідницької, аналітичної, прогностичної, проектної на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності та надання високоякісних освітніх та науково-дослідних послуг громадянам України та іноземцям при підготовці фахівців у сфері маркетингу

Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної програми


3.1	<p>Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)</p>	<p><i>Об'єкт діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</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; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</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, методика 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.	<p>Орієнтація освітньо-професійної програми</p>	<p>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 різних типах ринків,</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 6 з 20	


		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 та спеціальна підготовка магістрів маркетингу для суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності. Освітня програма спрямована на формування підприємницьких компетентностей завдяки орієнтації на дослідження в сфері маркетингу, враховує специфіку роботи підприємств у сучасних умовах господарювання, зокрема авіаційного сектору, враховує спектр напрямків професійної та наукової кар'єри здобувача. Ключові слова: маркетингові стратегії, управління маркетинговою діяльністю, методи і практичні прийоми маркетингу
3.4.	Особливості освітньо-професійної програми	Програма базується на підготовці фахівців, які здатні успішно конкурувати в сфері маркетингу, зокрема консалтингу, управління та бізнес-адміністрування, технологій забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням бізнес-середовища та ринкових тенденцій розвитку. Відмінність програми від інших – формування професійних компетентностей із врахуванням сьогоdnішнього стану економіки та ринкових відносин, орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі маркетингу, враховує специфіку використання маркетингу в управлінні підприємств різних галузей, 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.
Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
4.1.	Придатність до працевлаштування	Випускники отримують можливість працевлаштування на підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 7 з 20	

		(ДК 003:2010) в межах відповідної спеціальності та обіймати 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.
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1.	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	<i>Методи, засоби та технології:</i> Студентоцентрикований підхід у навчанні. Проблемно-орієнтоване навчання, яке передбачає формулювання та вирішення проблем під час лекцій, 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 проблем маркетингу під час самостійної роботи здобувачів вищої освіти, практична підготовка. 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.
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.
Розділ 6. Програмні компетентності		
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.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 8 з 20	

6.2.	Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
6.3.	Фахові компетентності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024</p>
	<p>стор. 9 з 20</p>		

		<p><i>Додаткові фахові компетентності, пов'язані з особливостями освітньої програми:</i></p> <p>ФК10. Здатність визначати стан інтеграційних 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 стратегічного маркетингу та інноваційного розвитку підприємства</p> <p>ФК12. Здатність до розуміння конкурентного середовища, визначення характеристик та ознак конкурентних стратегій та розробки проектів ринкових інновацій з метою забезпечення стійкої конкурентоспроможності бізнес-суб'єктів.</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>
<p>Розділ 7. Програмні результати навчання</p>		
7.1.	Програмні результати навчання (ПРН)	<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</p>



Система менеджменту якості
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

Шифр
документа

СМЯ НАУ ОПП

11.01.03 – 06 - 2024

стор. 10 з 20

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 проектів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти 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, проектів 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.

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024</p>
	<p align="right">стор. 11 з 20</p>		


		<p><i>Додаткові програмні результати навчання, пов'язані з особливостями освітньої програми:</i></p> <p>ПРН16. Вміти аналізувати інтереси внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів з позицій вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН17. Вміти 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>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</p> <p>ПРН 19. Вміти визначати конкурентні стратегії та розроблювати проекти ринкових інновацій для забезпечення конкурентоспроможності бізнес-суб'єктів.</p> <p>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>
Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
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.</p> <p>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</p>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 12 з 20	

		<p>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"> - забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів; - усі комп'ютери кафедри під'єднані до локальної мережі університету з можливістю виходу в глобальну мережу Інтернет; - для ведення документації та забезпечення навчально-методичними матеріалами освітнього процесу кафедра в достатній кількості забезпечена оргтехнікою (принтерами, МФУ, сканерами); - навчальна лабораторія «Інформаційних систем маркетингу» оснащена технічними засобами та спеціалізованим програмним забезпеченням. <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 електронних навчально-методичних комплексів та навчально-методичних матеріалів з компонентів програми (https://er.nau.edu.ua); забезпечено доступ студентів до мережі Інтернет.</p> <p>Відповідне інформаційне та навчально-методичне забезпечення розташоване на освітніх платформах Google Classroom.</p>
Розділ 9. Академічна мобільність		
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>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 13 з 20	

9.2.	Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Національним авіаційним університетом та:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ВШГП Академією прикладних наук (Познань, Польща, Договір №01-2023UA.PL від 09.01.2023); - Університетом національної та світової економіки (Софія, Болгарія); - Балтійською міжнародною академією (Рига, Латвія)
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 університету.</p> <p>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 (http://imco.nau.edu.ua)</p>


	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 14 з 20	

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

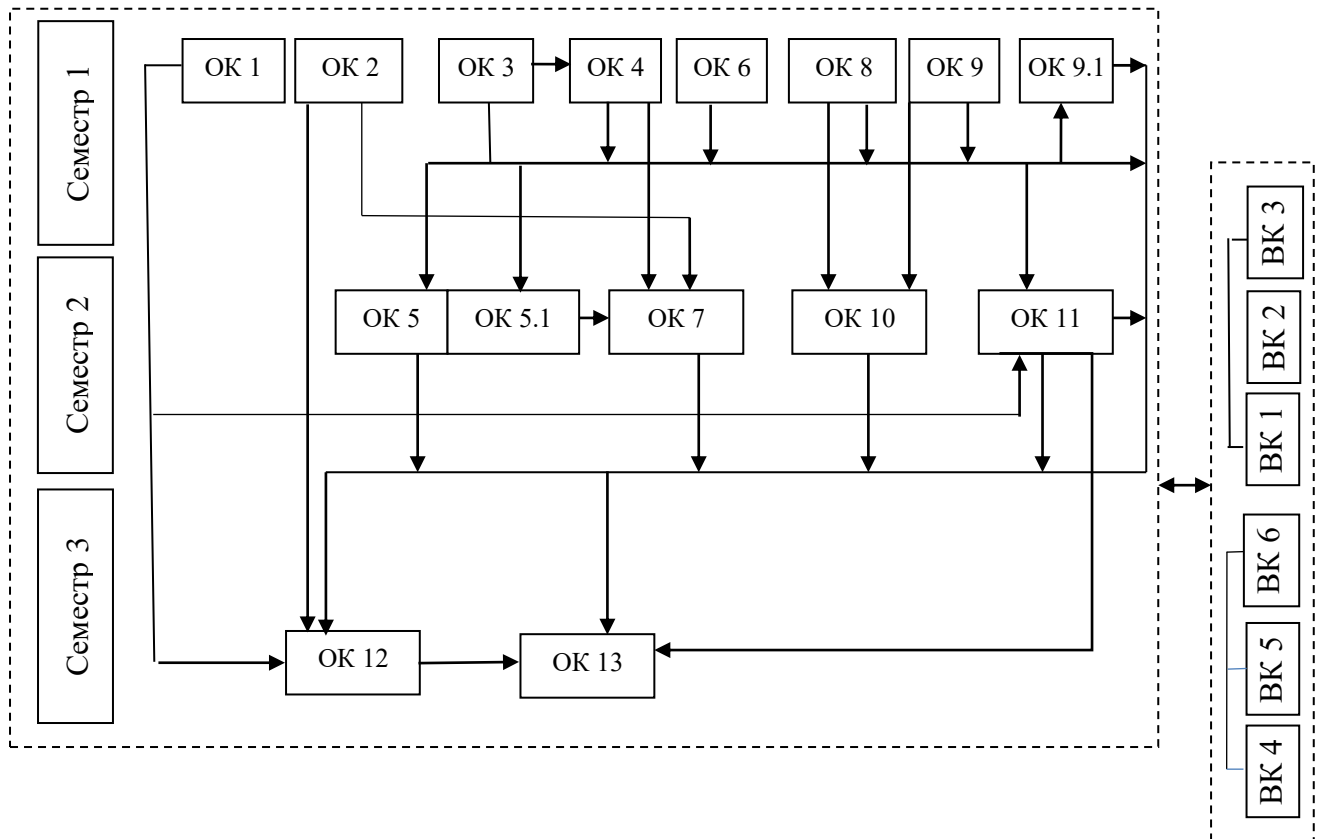
2.1. Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ				
OK1	Ділова іноземна мова	3,5	Диференційований залік	1
OK2	Стандарти забезпечення маркетингової діяльності	3,5	Диференційований залік	1
OK3	Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу	3,5	Диференційований залік	1
OK4	Маркетинг кроскультурного середовища	3,5	Диференційований залік	1
OK5	Стратегічний маркетинг	4,5	Екзамен	2
OK5.1	Курсова робота з дисципліни «Стратегічний маркетинг»	1,0	Захист	2
OK6	Інтегрований digital-маркетинг	4,5	Екзамен	1
OK7	Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі	3,0	Екзамен	2
OK8	Маркетинговий менеджмент	5,0	Екзамен	1
OK9	Управління конкурентоспроможністю об'єктів	5,5	Екзамен	1
OK9.1	Курсова робота з дисципліни «Управління конкурентоспроможністю об'єктів»	1,0	Захист	1
OK10	Оцінка маркетингових інновацій і ризиків	3,5	Екзамен	2
OK11	Професійно-маркетингова практика	6,0	Диференційований залік	2
OK12	Переддипломна практика	6,0	Диференційований залік	3
OK 13	Кваліфікаційна робота	12,0	Захист	3
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		66 кредитів ЄКТС		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ*				
BK1	Дисципліна 1	4,0	Диференційований залік	2
BK2	Дисципліна 2	4,0	Диференційований залік	2
BK3	Дисципліна 3	4,0	Диференційований залік	2
BK4	Дисципліна 4	4,0	Диференційований залік	3
BK5	Дисципліна 5	4,0	Диференційований залік	3
BK6	Дисципліна 6	4,0	Диференційований залік	3
Загальний обсяг вибіркового компонентів 24 кредити ЄКТС				
Загальний обсяг освітньо-професійної програми 90 кредитів ЄКТС				

**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 вибіркового дисциплін.*


	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти	Шифр документа 11.01.03 – 06 - 2024	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
	стор. 15 з 20		

2.2. Структурно-логічна схема ОПП




3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<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>

	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	<p align="center">Шифр документа</p>	<p align="center">СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024</p>
	стор. 16 з 20		


4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компоненти Компетентності	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК5.1	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК9.1	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ВК	ВКп
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
ЗК1			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+				
ЗК2				+	+	+	+			+	+	+		+				
ЗК3		+	+			+					+		+	+	+			
ЗК4		+		+	+		+	+		+		+	+	+	+			
ЗК5	+			+					+				+	+	+			
ЗК6	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+			+				
ЗК7									+				+	+	+			
ЗК8					+	+			+		+	+		+				
ФК1	+	+	+			+	+			+	+	+	+	+	+			
ФК2	+		+	+	+								+	+	+			
ФК3			+			+	+			+	+		+	+	+			
ФК4						+					+	+	+	+	+			
ФК5					+	+	+	+	+	+	+	+		+	+			
ФК6									+				+	+	+			
ФК7				+	+	+			+					+	+			
ФК8									+	+		+			+			
ФК9			+			+					+		+	+	+			
ФК10		+			+		+	+	+		+	+		+				
ФК11					+	+			+			+	+	+	+			
ФК12					+	+		+		+	+	+		+				
ФК13						+		+	+					+	+			
ФК14				+	+	+	+					+	+	+	+			

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти		Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
	стор. 17 з 20			

**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	ВК	...	ВКп
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						+		+	+		+			+	+			


	<p align="center">Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		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 Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності, затвердженим рішенням Вченої ради університету від 28.11.2018 (протокол № 8), та відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (із змінами; розділ V «Забезпечення якості вищої освіти», стаття 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>

	Система менеджменту якості ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Другого (магістерського) рівня вищої освіти	Шифр документа	СМЯ НАУ ОПП 11.01.03 – 06 - 2024
		стор. 20 з 20	

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ 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 «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Глобалізація ринків, віртуалізація світової економіки, посилення конкуренції між вітчизняними та зарубіжними виробниками, зростання вимог покупців та їх потреб вимагає трансформації суб'єктів господарювання для виживання в ринковому середовищі. Боротьба за зміцнення ринкових позицій та розширення меж діяльності потребує професійних знань ринкових законів та інноваційних прийомів маркетингової діяльності, що сприяє ефективному функціонуванню суб'єкта господарювання як в національному, так і в глобальному масштабах. Саме тому підготовка фахівців маркетингу є особливо актуальною в наш час.

Підготовка спеціалістів з досліджень та управління ринками є пріоритетною задачею для кафедри маркетингу Факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету. Випускники кафедри маркетингу працюють в провідних вітчизняних та зарубіжних компаніях, в підрозділах виробничих, торгівельних, транспортних і Інтернет-компаніях. Це підтверджує високий фаховий, науково-методичний і кадровий потенціал, а також значний досвід успішної підготовки маркетологів для багатьох сфер та напрямків економічної діяльності.

Однією з пріоритетних задач освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» є відповідність високим стандартам Національного авіаційного університету щодо питань громадського розвитку на національному та світовому рівнях, ґрунтуючись на інноваційній складовій освітнього процесу підготовки майбутніх маркетологів. Запропонована програма передбачає оволодіння сучасними інноваційними знаннями та методами, необхідними компетентностями, що дозволять майбутнім фахівцям з маркетингу успішно вирішувати складні задачі з планування та управління маркетинговою діяльністю компаній.

Мета освітньо-професійної програми «Маркетинг» відповідає місії Національного авіаційного університету, 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 при підготовці фахівців з маркетингу. Освітньо-професійна програма має основну ціль навчання як підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності підприємств, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

ОПП розроблена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного авіаційного університету. До її реалізації залучені провідні фахівці, які мають високий рівень теоретичної підготовки та практичний досвід ведення бізнесу, про що свідчать їх публікації та численні стажування в провідних установах та підприємствах України і зарубіжжя.

Структура освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена у відповідності до норм чинного стандарту та існуючих вимог законодавства. Послідовність вивчення дисциплін, перелік і обсяг нормативних та вибіркових дисциплін, графік навчального процесу відповідає логічно-структурній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг». Результати, визначені освітньо-професійною програмою, повністю відповідають вимогам і запитам потенційних роботодавців. Інформаційно-методичне забезпечення навчального процесу закладене в освітньо-професійну програму відповідає нормам та вимогам вищої школи, є актуальним і логічно-змістовним, а також ґрунтується на сучасних інформаційних технологіях.

Вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» є корисною та актуальною в питаннях підготовки фахівців з управління маркетинговою діяльністю ринкових суб'єктів з широким спектром діяльності, зокрема на підприємствах галузі цивільної авіації, в умовах глобалізаційних процесів та наростаючого рівня міжнародної конкуренції, повністю відповідає вимогам потенційних роботодавців (стейкхолдерів) до випускників спеціальності та може бути рекомендована для практичного використання.



Заступник директора з питань маркетингу
ТОВ «Стар Індастрі»

Жолобецький Анатолій Якович

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Військові дії на території України призвели до призупинення діяльності всіх авіаційних суб'єктів – як аеропортів, так і авіакомпаній. При цьому, вже сьогодні необхідно передбачати, які виклики очікують на українську авіаційну галузь після війни.

У повоєнний період Міністерство інфраструктури прогнозує розвиток авіаційного сектору України за рахунок розширення переліку перевізників та розбудови регіональних аеропортів, тому на ринку праці буде відчуватися нагальна потреба в спеціалістах з маркетингу в авіації. Зазначене дозволяє зробити висновок про необхідність розвитку та підтримки освітньо-професійної програми «Маркетинг», оскільки перед найбільшими українськими аеропортами та провідними авіакомпаніями постане не лише питання відновлення зруйнованої під час військових дій інфраструктури, а й перегляду бізнес-моделей та маркетингових стратегій.

Підготовка спеціалістів з маркетингу є пріоритетною задачею для кафедри маркетингу Факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету. Виконанню головної задачі кафедри маркетингу сприяють високий фаховий, науково-методичний і кадровий потенціал, а також значний досвід успішної підготовки маркетологів для багатьох сфер та напрямків економічної діяльності.

Однією з пріоритетів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» є відповідність стандартам Національного авіаційного університету щодо питань громадського розвитку на національному та світовому рівнях, ґрунтуючись на інноваційній складовій освітнього процесу підготовки майбутніх маркетологів. Запропонована програма передбачає оволодіння сучасними інноваційними знаннями та методами, необхідними компетентностями, що дозволять майбутнім фахівцям з маркетингу успішно вирішувати складні задачі з планування та управління маркетинговою діяльністю компаній, в тому числі авіаційної галузі.

ОПП розроблена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного авіаційного університету. До її реалізації залучені провідні фахівці, які мають високий рівень теоретичної підготовки та практичний досвід ведення бізнесу.

Структура освітньо-професійної програми розроблена у відповідності до норм чинного стандарту та існуючих вимог законодавства. Логічна структурованість освітньо-професійної програми дозволяє ефективно і послідовно оволодіти знаннями у відповідності до графіку навчального процесу. Програма містить базову і варіативну частини. Включені до неї освітні компоненти розкривають сутність актуальних на сьогоднішній день завдань, що стоять перед майбутніми фахівцями з маркетингу для різних галузей, в тому числі авіаційної. Структура зв'язків та послідовність викладання освітніх компонентів в цілому логічна і послідовна.

Оцінка робочих програм освітніх компонентів, дозволяє зробити висновок, що зміст дисциплін відповідає компетентнісній моделі випускника та демонструє наявність авіаційної складової, з урахуванням особливостей в авіаційному бізнесі.

Як сильну сторону програми слід відзначити, що до її реалізації залучається досить досвідчений викладацький склад. Однією з переваг є врахування вимог роботодавців при формуванні тематики дисциплін професійного циклу. У здобувачів також є можливість вільного вибору корисних та цікавих для них освітніх компонентів, що доповнюють та розширюють ключові компетентності та програмні результати навчання майбутніх фахівців з маркетингу.

В цілому, рецензована освітня програма, розроблена і реалізована кафедрою маркетингу Національного авіаційного університету, відповідає основним вимогам до спеціалістів з маркетингу, є корисною та актуальною в питаннях підготовки фахівців з управління маркетинговою діяльністю ринкових суб'єктів з широким спектром діяльності, зокрема на підприємствах галузі цивільної авіації.

Директор



Володимир Семенченко