

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ПРОЄКТ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

Маркетинг

Другого (магістерського) рівня вищої освіти
ступеня вищої освіти Магістр
за спеціальністю **075 Маркетинг**
галузі знань **07 Управління та адміністрування**
Кваліфікація: **магістр маркетингу**

Полтава 2023 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Писаренко Володимир, д.е.н., професор.
2. Шульга Людмила, к.е.н., доцент.
3. Дядик Тетяна, к.е.н., доцент.
4. Магарламова Еліза, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, СВО Магістр.
5. Максимчук Юлія, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, СВО Магістр.
6. Ніконова Катерина, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, СВО Магістр.

І. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Полтавський державний аграрний університет, навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр, магістр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 навчального року
Форми навчання	Інституційна (очна (денна), заочна)
Наявність акредитації	Акредитація освітньої програми: Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Сертифікат № 1134 про акредитацію освітньої програми «Маркетинг». 075 Маркетинг. Другий (магістерський) рівень. Дата видачі сертифіката про акредитацію ОП 29.01.2021 р. Строк дії сертифіката про акредитацію ОП 01.07.2026 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, EQF-LLL – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл.
Передумови	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Мова(и) викладання	Державна, англійська (для окремих ОК)
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.pdaa.edu.ua/content/zmist-pidgotovky-zvo-za-osvitno-profesiynoyu-programoyu-marketyng-drugogo-magisterskogo-0
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка висококваліфікованих професіоналів маркетингу, поглиблення професійної підготовки з управління стратегічною маркетинговою діяльністю, здійснення наукових досліджень у сфері маркетингової діяльності, підготовка до здійснення керівних функцій у сфері маркетингу	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь спеціальність)	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування. Спеціальність – 075 Маркетинг. <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення

	інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <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. <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 освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна академічна з елементами наукового пошуку. Програма орієнтована на основні напрями професійної діяльності маркетологів, у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра в області стратегічного маркетингу, digital-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу.
Основний фокус освітньо-професійної програми	Загальна освіта в галузі управління та адміністрування. Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності. Акцент на здобутті поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю, загальних засад методології наукової та професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинговий аналіз, стратегічний маркетинг, інтернет-маркетинг, логістичний менеджмент, брендинг, HR-маркетинг, управління маркетингом в аграрних підприємствах.
Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. Особливість у поглибленому вивченні методів формування маркетингових стратегій аграрних підприємств; HR-маркетингу, брендингу з урахуванням вітчизняних та закордонних практик маркетингового управління аграрним бізнесом та з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наукової роботи. Тісна співпраця з підприємствами та організаціями різних форм власності дозволяє опанувати сучасні (новітні) технології маркетингу на реальних прикладах, зокрема шляхом: проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, бізнес-структурах, переробних

	підприємствах, торговельних установах; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях; круглих столах, тренінгах, захисту кваліфікаційної роботи.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до національного класифікатору України: Класифікатор професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати: 1210 Керівники підприємств, установ та організацій 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі 1453.1 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами 1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами 1475 Менеджери (управителі) з права, бухгалтерського обліку, досліджень ринку, вивчення суспільної думки, консультацій з питань комерційної діяльності та управління 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної

	власності та інноваційної діяльності
Подальше навчання Академічні права випускників	Можливість навчання за програмами: 8 рівня НРК України, третього циклу QF-EHEA, 8 рівня EQF-LLL. Можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта, електронне навчання в системі Moodle (CASE-study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних). Інтерактивні технології навчання (проблемні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, інноваційні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо). Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів тощо.
Оцінювання	Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських, індивідуальних занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі захисту кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні 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)	Компетентності визначені стандартом вищої освіти: 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 проєкти та управляти ними. Компетентності визначені ПДАУ:

	ЗК 9. Здатність застосовувати сукупність різновидів аналізу за конкретними його напрямками. ЗК 10. Здатність до самоосвіти, постійного вдосконалення професійного рівня та особистісних якостей, впливу на відносини у трудовому колективі. ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.
Фахові компетентності (ФК)	<i>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</i> 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. <i>Компетентності визначені ПДАУ:</i> ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу; ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетенції з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.
7 – Нормативний зміст підготовки здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
Результати навчання (ПРН)	<i>Програмні результати навчання визначені стандартом вищої освіти:</i> ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у

	сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Програмні результати навчання визначені ПДАУ: ПРН 16. Вміти виявляти маркетингові резерви на основі маркетингового аналізу, розробляти заходи з удосконалення маркетингової діяльності у розрізі елементів комплексу маркетингу. ПРН 17. Вміти застосовувати та підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації. ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища. ПРН 19. Вміти організовувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та
--	---

	оптимізацію діяльності всіх структур підприємства.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 1 доктор економічних наук, професор, 2 кандидати економічних наук, доценти. Всі розробники є штатними співробітниками Полтавського державного аграрного університету. Гарант освітньо-професійної програми: доктор економічних наук, професор. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають освітній, професійній кваліфікації та досягненням у професійній діяльності згідно Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності й Положення про акредитацію освітніх програм професіонали-практики та інші стейкхолдери. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Також підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається шляхом неформальної, інформальної освіти за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, вебінарах, майстер-класах тощо.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема: навчальні приміщення; комп'ютерні класи (лабораторії); спортивний зал, спортивні майданчики; бібліотека, читальний зал; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; приміщення для науково-педагогічних працівників; гуртожитки; пункти харчування; та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає: - бібліотеку, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань; - електронну бібліотеку ПДАУ: http://lib.pdaa.edu.ua/; - офіційний сайт ПДАУ: https://www.pdaa.edu.ua/; - віртуальне навчальне середовище; - необмежений доступ до мережі Інтернет, точки бездротового доступу до мережі; - корпоративну пошту; - навчальні та робочі плани; - графіки навчального процесу; - комплекси навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін; - робочі програми навчальних дисциплін, силабуси; - наскрізну програму практики; - електронний ресурс, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану; - методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційної роботи;

	програму атестації; репозитарій ПДАУ та ін.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Полтавським державним аграрним університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на підставі Закону України «Про вищу освіту».

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

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код О/К	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Інноваційний розвиток підприємства	3	залік
ОК 2	Маркетинговий аналіз	3	екзамен
ОК 3	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 4	HR-маркетинг	4,5	екзамен
ОК 5	Брендинг	4,5	екзамен
ОК 6	Інтернет-маркетинг	3	залік
ОК 7	Курсова робота «Логістичний менеджмент»	3	диф. залік
ОК 8	Курсова робота «Стратегічний маркетинг»	3	диф. залік
ОК 9	Логістичний менеджмент	3	екзамен
ОК 10	Психологія маркетингу та реклами	3	екзамен
ОК 11	Стратегічний маркетинг	3	екзамен
ОК 12	Управління маркетингом в аграрних підприємствах	4,5	екзамен
ОК 13	Виробнича практика (стажування з фаху)	6	диф. залік
ОК 14	Виробнича практика (переддипломна практика)	6	диф. залік
ОК 15	Захист кваліфікаційної роботи	1,5	захист
ОК 16	Підготовка кваліфікаційної роботи	12	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми*			
Загальний обсяг вибірових компонентів		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

[illegible]

III. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена в репозитарії ПДАУ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Відповідно до Положення про порядок замовлення, видачі та обліку документів про вищу освіту та додатку до диплома європейського зразка (DIPLOMA SUPPLEMENT) у Полтавському державному аграрному університеті видається документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти магістр із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу

IV. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Код ОК/ ЗК, ФК	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16
ЗК 1	•		•				•	•	•		•	•	•	•		•
ЗК 2	•				•	•		•			•		•	•	•	•
ЗК 3													•	•	•	•
ЗК 4													•	•		•
ЗК 5				•						•			•	•		•
ЗК 6	•		•			•							•	•		•
ЗК 7					•								•	•		•
ЗК 8					•		•		•				•	•		•
ЗК 9		•											•	•	•	•
ЗК 10				•									•	•		•
ЗК 11				•	•					•		•	•	•		•
ФК 1	•	•	•			•		•			•		•	•		•
ФК 2	•		•										•	•		•
ФК 3	•		•							•			•	•		•
ФК 4				•	•	•				•			•	•		•
ФК 5		•				•	•		•			•	•	•		•
ФК 6				•	•		•	•	•		•	•	•	•		•
ФК 7							•	•	•		•		•	•		•
ФК 8		•		•			•	•	•		•	•	•	•		•
ФК 9	•	•			•	•				•			•	•		•
ФК 10				•						•		•		•		•
ФК 11					•	•				•				•		•

**V. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентам освітньо-професійної програми**

Код О/К ПРН	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16
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				•								•		•		•

