МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова Вченої ради КНУТД

_____ І.М. Грищенко
(протокол від "29" 04 2020 р. № 6)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
Цифровий маркетинг та електронна комерція

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Ступінь вищої освіти	магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Кваліфікація	магістр з маркетингу

Київ 2020 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
Цифровий маркетинг та електронна комерція

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Ступінь вищої освіти	магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. Мудра В.О., директор департаменту Моніторингу та інформаційних технологій, Фонд державного майна України.
2. Поляк М.Ю., ТОВ «Маркеторіум».
3. Синенко П.О., провідний спеціаліст, Президентський Фонд Леоніда Кучми «Україна».
4. Мухін М.О., керівник ФОП Мухін Максим Олександрович.

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБНИКИ:

Гарант освітньої програми:

Чубукова Ольга Юріївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри Економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну

Члени робочої групи:

1. Пономаренко Ігор Віталійович, к.е.н., доцент кафедри Економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну

2. Подольна Валентина Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри Економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну

3. Головачов Іван Андрійович, студент факультету економіки та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну

Схвалено Вченою радою факультету економіки та бізнесу

Протокол від «17» березня 2020 року № 9

Декан факультету економіки та бізнесу

17 березня 2020 р. _____ О.В.Ольшанська

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри економічної кібернетики та маркетингу

Протокол від «12» березня 2020 року № 8 .

Завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу

12 березня 2020 р. _____ О.Ю. Чубукова

Гарант освітньої програми _____ О.Ю. Чубукова

Відповідно до стандарту вищої освіти. Наказ МОНУ «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти»
(назва наказу)
від «10» _07_ 2019 р. № 960.

Введено в дію наказом КНУТД від "14" травня 2020 року №82

1. Профіль освітньо-професійної програми <u>Цифровий маркетинг та електронна комерція</u>

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну Кафедра економічної кібернетики та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти – другий (магістерський) Ступінь вищої освіти – магістр Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД №1185357 від 27.06.2017 р.
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України – восьмий рівень
Передумови	Ступінь бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07. 2023 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knutd.edu.ua/ekts/

2 – Мета освітньої програми
Підготовка фахівців, які володіють глибокими знаннями, а також базовими й професійними компетентностями в галузі цифрового маркетингу та електронної комерції, що направлені на здобуття студентом знань та умінь з використання основних інструментів цифрового маркетингу. Основними цілями програми є: формування та розвиток загальних і професійних компетентностей за спеціальністю маркетинг, передбачаючи різні можливості зайнятості та кар'єри, що направлені на здобуття студентом знань у сфері цифрового маркетингу та електронної комерції.

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності. Обов'язкові навчальні освітні компоненти – 73%, з них: дисципліни загальної підготовки – 6%, професійної підготовки – 50%, практична підготовка – 12%, вивчення іноземної мови – 6%, дипломне проектування – 26%. Дисципліни вільного вибору студента – 27%.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки магістра
Основний фокус освітньої програми	Акцент робиться на формуванні та розвитку професійних компетентностей у сфері цифрового маркетингу та електронної комерції; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів при створенні навичок інтегрованого (інформаційного, практичного, економічно вигідного) вирішення завдань, практичної підготовки студентів з отриманням професійних навичок.
Особливості освітньої програми	Програма розвиває перспективи професійної підготовки фахівців маркетингу з урахуванням специфічних особливостей функціонування підприємств, в тому числі легкої промисловості. Виконується в активному дослідницькому середовищі.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
Придатність до працевлаштування	Випускник є придатним для працевлаштування на підприємствах, в організаціях та установах, що функціонують в галузі цифрового маркетингу та електронної комерції. Професійні назви робіт, які може виконувати здобувач: копірайтер, Content Manager, Product Manager, SMM Manager, Email-маркетолог, аналітик, дизайнер, SEO оптимізатор, LinkBuilder, Media Buyer, PPC Менеджер, Traffic менеджер, Affiliate Manager.	
Подальше навчання	Навчання впродовж життя для вдосконалення професійної, наукової та інших видів діяльності. Можливість продовження підготовки за освітньо-науковою програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії).	
5 – Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання	Використовується студентоцентроване та проблемноорієнтоване навчання, навчання через науково-дослідну практику та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти. Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне, лабораторне заняття, практична підготовка, самостійна робота, консультація, розробка фахових проєктів (робіт).	
Оцінювання	Екзамени, заліки, тести, есе, проєктні роботи, презентації, звіти, портфоліо.	
6 – Програмні компетентності		
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.	
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК 2	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
	ЗК 3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК 4	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
	ЗК 5	Навички міжособистісної взаємодії.
	ЗК 6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК 7	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
	ЗК 8	Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
Фахові компетентності (ФК)	ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
	ФК 2	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
	ФК 3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
	ФК 4	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
	ФК 5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

	ФК 6	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	ФК 7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
	ФК 8	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
	ФК 9	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання		
Знання та розуміння:		
ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	
ПРН 2	Знати та використовувати фундаментальні закономірності розвитку цифрового маркетингу та електронної комерції у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності.	
ПРН 3	Знати на рівні новітніх досягнень основні концепції і методології наукового пізнання у сфері цифрового маркетингу та електронної комерції.	
Застосування знань та розумінь (уміння):		
ПРН 4	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	
ПРН 5	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	
ПРН 6	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	
ПРН 7	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.	
ПРН 8	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	
ПРН 9	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	
ПРН 10	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	
ПРН 11	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	
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.	
Формування суджень:		
ПРН 15	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	
ПРН 16	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	
ПРН 17	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	

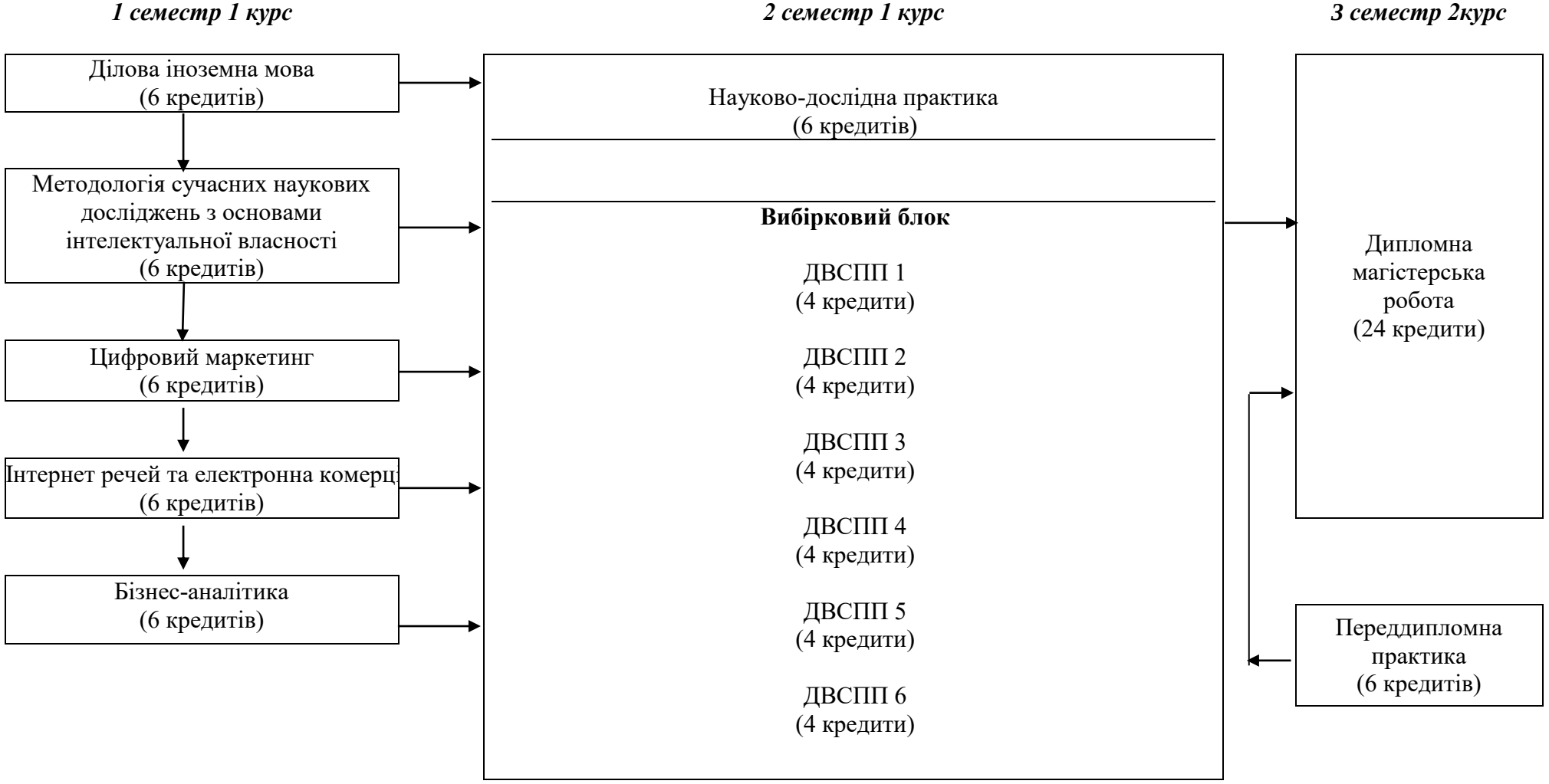
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної, фахової роботи та іноземні лектори.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету.
9 Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньої програми, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном. Виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом» з університетами Польщі.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами. Координацію освітнього процесу іноземних студентів забезпечує Навчально-науковий інститут інтернаціоналізації вищої освіти та науки. https://knutd.edu.ua/admissions_main/international_students_ukr/contacts/

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

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи (проєкти), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	6	екзамен
ОК 2	Ділова іноземна мова	6	залік
	Всього з циклу	12	
Цикл професійної підготовки			
ОК 3	Цифровий маркетинг	6	екзамен,
ОК 4	Бізнес-аналітика	6	екзамен
ОК 5	Інтернет речей та електронна комерція	6	екзамен
ОК 6	Практична підготовка	12	залік
ОК 7	Дипломна магістерська робота	24	атестація
	Всього з циклу	54	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		**66**	
Вибіркові компоненти освітньої програми			
ДВСПП	Дисципліни спеціальної професійної підготовки	24	залік/екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**90**	

2.2. Структурно-логічна схема підготовки магістра освітньо-професійної програми Цифровий маркетинг та електронна комерція зі спеціальності 075 Маркетинг



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі публічного захисту дипломної магістерської роботи.
Документ про вищу освіту	Диплом магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації: магістр маркетингу (освітня програма Цифровий маркетинг та електронна комерція).

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми Цифровий маркетинг та електронна комерція

	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9
ОК 1		+						+			+						+
ОК 2					+												
ОК 3			+				+		+			+				+	
ОК 4	+					+				+					+		
ОК 5		+		+									+	+			
ОК 6				+		+			+								
ОК 7						+		+	+			+					
ВК ФК 1	+	+							+					+			
ВК ФК 2		+		+			+					+			+		
ВК ФК 3						+					+		+				+
ВК ФК 4				+		+					+			+	+		
ВК ФК 5						+		+		+		+					
ВК ФК 6		+			+		+					+					
ВК ФК 7	+	+										+					
ВК ФК 8			+					+			+		+			+	
ВК ФК 9	+							+						+		+	
ВК ФК 10		+			+		+						+				+
ВК ФК 11	+					+				+							+
ВК ФК 12	+	+						+			+					+	

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми Цифровий маркетинг та електронна комерція

	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
ОК 1			+		+						+						
ОК 2															+		
ОК 3		+								+		+					+
ОК 4					+						+	+				+	
ОК 5		+	+											+			
ОК 6	+																
ОК 7	+		+														+
ВК ФК 1							+	+				+					
ВК ФК 2				+		+						+		+			+
ВК ФК 3					+						+	+					+
ВК ФК 4			+			+				+	+					+	
ВК ФК 5					+					+		+					+
ВК ФК 6	+	+												+			+
ВК ФК 7		+				+			+					+			
ВК ФК 8				+		+	+		+		+						
ВК ФК 9			+		+		+			+						+	
ВК ФК 10	+				+				+				+			+	
ВК ФК 11					+						+	+				+	
ВК ФК 12		+							+				+			+	

6. Каталог дисциплін вільного вибору студентів спеціальної професійної підготовки здобувачів освітнього ступеня «магістр» (ДВСПП)

Шифр блоку дисциплін (семестр, кількість кредитів)	№ з/п	Назва дисципліни	Шифр кафедри, яка викладає дисципліну
1	2	3	4
ДВСПП 1 (2 семестр)	ВК ФК 1	Реінжиніринг бізнес процесів	ЕКМр
	ВК ФК 2	Інноваційний маркетинг	ЕКМр
ДВСПП 2 (2 семестр)	ВК ФК 3	Аналіз неструктурованих бізнес даних	ЕКМр
	ВК ФК 4	Комерційна діяльність посередницьких організацій	ЕКМр
ДВСПП 3 (2 семестр)	ВК ФК 5	Моніторинг трансформаційних і глобалізаційних процесів в економіці	ЕКМр
	ВК ФК 6	Копірайтинг	ЕКМр
ДВСПП 4 (2 семестр)	ВК ФК 7	Креативні технології в економіці	ЕКМр
	ВК ФК 8	Маркетинговий менеджмент	ЕКМр
ДВСПП 5 (2 семестр)	ВК ФК 9	Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень	ЕКМр
	ВК ФК 10	Маркетинг соціальних мереж	ЕКМр
ДВСПП 6 (2 семестр)	ВК ФК 11	Математичні моделі синергетичної економіки	ЕКМр
	ВК ФК 12	Інтернет-маркетинг	ЕКМр

Хронологія перегляду освітньої програми