

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
Комунікаційний маркетинг

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

Київ 2020 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
Комунікаційний маркетинг

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

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. Рубан Дмитро Олександрович, заступник директора, КП Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»;
2. Лелюк Роман Валерійович, директор департаменту, Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради, управління інформаційної політики та комунікацій;
3. Дітріх Трайс, генеральний директор, ТОВ «УІФК-Агро»;
4. Аніщенко Анастасія, директор департаменту планування, ТОВ «Медіалоджик»;
5. Івасенко Марія Вікторівна, директор креативної агенції «АЙДЕН.ТІМ»;
6. Волинець Тетяна Віталіївна, директор ДП «ЕКСПО ЛАЙН».

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну
РОЗРОБІЖКИ:

Гарант освітньої програми:

Євсейцева Олена Сергіївна, к.е.н., доцент кафедри Економічної кібернетики та маркетингу
Київського національного університету технологій та дизайну

Члени робочої групи:

Подольца Валентина Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну

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

Синенко Олександр Іванович, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну

Колеснік Богдан Олександрович, 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.С. Євсейцева

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

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

1. Профіль освітньо-професійної програми Комунікаційний маркетинг

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 освітньої програми УД № 11007732 від 08.01.2019 р.
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України – восьмий рівень
Передумови	Ступінь бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07. 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/etks/
2 Мета освітньої програми	
<p>Підготовка магістрів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління комунікаційною маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.</p> <p>Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової комунікаційної діяльності, що передбачають здійснення маркетингових інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p>	
3 Характеристика освітньої програми	
Предметна область, напрям	Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності. Обов'язкові навчальні модулі – 73%, з них: дисципліни загальної підготовки – 6 %, професійної підготовки – 50%, практична підготовка – 12%, вивчення іноземної мови – 6%, дипломне проектування – 26%. Дисциплін вільного вибору студента – 27%.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки магістра
Основний фокус освітньої програми	Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців високого рівня, які володіють актуальними знаннями і практичними навичками у сфері ефективного управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємств у класичних та нових галузях народного господарства України. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових комунікаційних технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки.

Особливості освітньої програми	Програма забезпечує набуття високого рівня знань та навичок з управління маркетинговою комунікаційною діяльністю організацій та підприємств різних галузей економіки. Програма орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів згідно із потребами ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища, із знаннями бренд-орієнтовного управління. Формує маркетологів з новим стратегічним стилем мислення, здатних генерувати інноваційні стратегічні рішення, викладати, проводити дослідження і займатись підприємницькою діяльністю у сфері комунікаційного маркетингу.	
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 галузях промисловості (поглиблено у легкій промисловості), оптової та роздрібною торгівлі, сфері послуг. Магістр маркетингу може обіймати первинні посади у підрозділах маркетингу, збуту, постачання, маркетингових досліджень, інформаційного забезпечення, міжнародних зв'язків тощо, на підприємствах різного профілю, організаційно-правової форми та рівня (зокрема на підприємствах легкої промисловості), в проектних організаціях, консультативних центрах, наукових та освітніх закладах.	
Подальше навчання	Навчання впродовж життя для вдосконалення професійної, наукової та інших видів діяльності. Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії).	
5 Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання	Використовується студентоцентроване та проблемно-орієнтоване 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 проектів (робіт).	
Оцінювання	Екзамени, заліки, тести, есе, проектні роботи, презентації, звіти, портфоліо, курсова робота, дипломна магістерська робота.	
6 Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері комунікаційного 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 проявляти ініціативу та підприємливість.
	ЗК 8	Здатність розробляти проекти 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 на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	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 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	Розв'язувати складні маркетингові комунікаційні проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів та прийомів
ПРН 2	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми комунікаційного маркетингу.
Застосування знань та розуміння (уміння, судження):	
ПРН 3	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 4	Вміти адаптувати 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 проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 8	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 10	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
ПРН 11	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

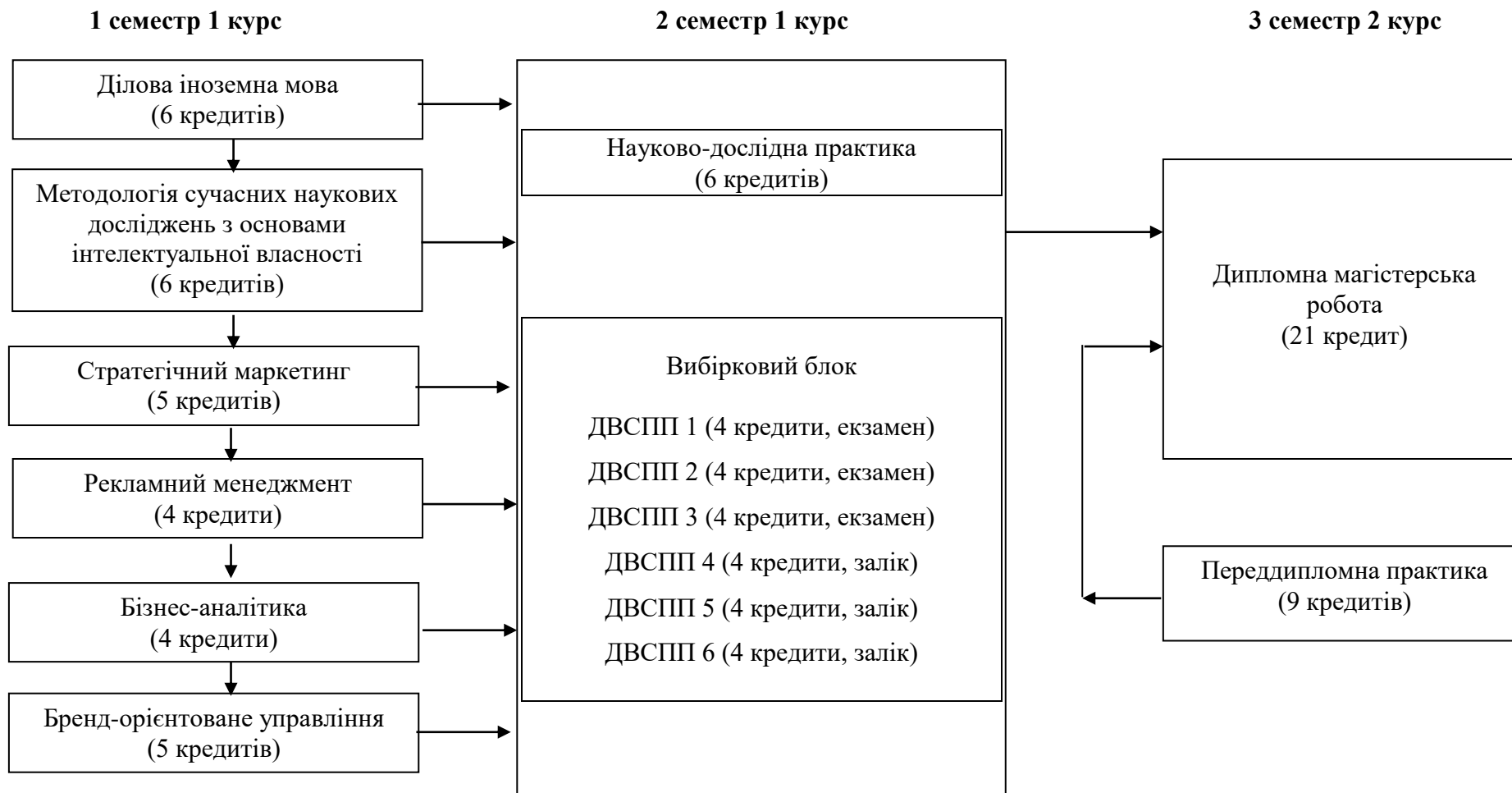
ПРН 12	Обґрунтовувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
ПРН 13	Вміти формувати вимоги щодо даних з різних джерел, їх обробки і аналізу їх результатів із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
Формування суджень:	
ПРН 14	Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
ПРН 15	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 16	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
ПРН 17	Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу
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 та фахової роботи, 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 освітніми компонентами, 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 н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Ділова іноземна мова	6	залік
ОК 2	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	6	екзамен
Всього з циклу		12	
Цикл професійної підготовки			
ОК 3	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 4	Бізнес-аналітика	4	екзамен
ОК 5	Рекламний менеджмент	4	залік
ОК 6	Бренд-орієнтоване управління	5	екзамен
ОК 7	Практична підготовка	15	залік
ОК 8	Дипломна магістерська робота	21	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 Комунікаційний маркетинг 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 Комунікаційний маркетинг).

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми Комунікаційний маркетинг

	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						+				+	+						+
ОК 8	+					+			+		+						+
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 Комунікаційний маркетинг

	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		+			+		+			+	+					+	
ОК 8	+			+		+		+				+					
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