

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради КНУТД

 Іван ГРИЩЕНКО
(протокол від «24» 03 2021 р. № 8)

**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 2021 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

Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)

14.03.2021р.  Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Схвалено Вченою радою факультету економіки та бізнесу

Протокол від «16» 03 2021 року № 10

Декан факультету економіки та бізнесу

16.03.2021р.  Олександра ОЛЬШАНСЬКА

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Протокол від «15» 03 2021 року № 10

В. о. завідувача кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

15.03.2021р.  Юлія КОСТИНЕЦЬ

Гарант освітньої програми  Олена ЄВСЕЙЦЕВА

(підпис)

Введено в дію наказом КНУТД від «26» 03 2021 року № 92

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну
РОЗРОБНИКИ:

Гарант освітньої програми:

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

Члени робочої групи:

Біловодська Олена Анатоліївна, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну;

Пономаренко Ігор Віталійович, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну;

Тхорук Юлія Володимирівна, студентка факультету економіки та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну.

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. Куницька Анна, директор КП Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»;
2. Лелюк Роман, директор департаменту, Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради, управління інформаційної політики та комунікацій;
3. Дітріх Трайс, генеральний директор, ТОВ «УІФК-Агро»;
4. Сенча Марія, директор креативної агенції «АЙДЕН.ТІМ».

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 маркетингу та комунікаційного дизайну.
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 – 7 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/ekts/

2 - Мета освітньої програми

Підготовка висококваліфікованих 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.

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.

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 модулі – 73 %, з них: дисципліни загальної підготовки – 5 %, професійної підготовки – 45 %, практична підготовка – 23 %, вивчення іноземної мови – 5 %, дипломне проектування – 32 %. Дисципліни вільного вибору студента – 27 % обираються із загальноуніверситетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.
-------------------	---

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 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-орієнтованого 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 з 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
------------------------	---

	<p>здобувача вищої освіти. Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне, лабораторне заняття, практична підготовка, самостійна робота, консультація, розробка фахових проектів (робіт).</p>	
Оцінювання	<p>Екзамени, заліки, тести, есе, проектні роботи, презентації, звіти, портфоліо, курсова робота, дипломна магістерська робота.</p>	
6 - Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (ІК)	<p>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.</p>	
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 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 маркетингової 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 розумінь (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

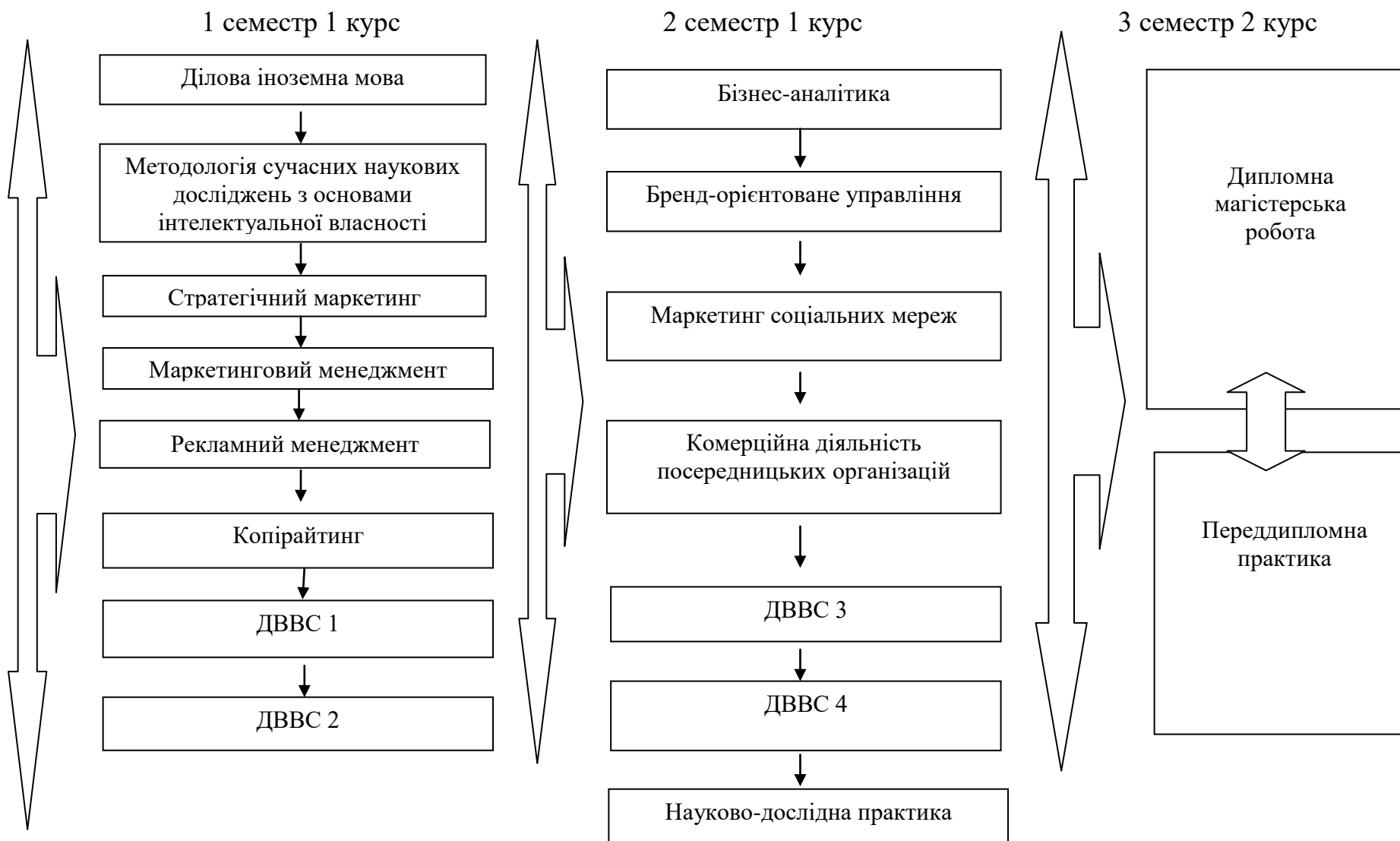
Національна кредитна мобільність	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими освітніми компонентами, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проектах та програмах 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.

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

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми (другий (магістерський) рівень 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 (англійська , німецька , французька)	3	залік
ОК 2	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	3	екзамен
Всього з циклу		6	
Цикл професійної підготовки			
ОК 3	Стратегічний маркетинг	3	екзамен
ОК 4	Бізнес-аналітика	3	екзамен
ОК 5	Рекламний менеджмент	3	екзамен
ОК 6	Маркетинговий менеджмент	3	екзамен
ОК 7	Маркетинг соціальних мереж	3	екзамен
ОК 8	Бренд-орієнтоване управління	3	екзамен
ОК 9	Комерційна діяльність посередницьких організацій	3	екзамен
ОК 10	Копірайтинг	3	залік
ОК 11	Науково-дослідна практика	6	залік
ОК 12	Переддипломна практика	9	залік
ОК 13	Дипломна магістерська робота	21	атестація
Всього з циклу		60	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66	
Вибіркові компоненти ОП			
ДВВС	Дисципліни вільного вибору студента	24	залік
Загальний обсяг вибіркових компонентів		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої 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 державного зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

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

	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
ОК1					+	+				+							
ОК2						+			+		+						+
ОК3								+					+		+	+	
ОК4				+		+							+				
ОК5		+									+	+					+
ОК6			+					+			+		+				+
ОК7		+			+		+						+				+
ОК8		+					+					+		+			+
ОК9	+			+			+	+					+	+			+
ОК10		+			+				+			+					
ОК11						+				+							+
ОК12						+				+							+
ОК13	+					+			+		+						+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.

	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
ОК1													+		+	+	
ОК2		+		+					+								+
ОК3	+					+		+		+				+			
ОК4	+				+					+			+				+
ОК5		+										+			+		+
ОК6				+		+	+		+		+						
ОК7	+				+				+				+				+
ОК8	+		+				+							+			+
ОК9		+		+	+						+	+		+			+
ОК10	+							+					+		+		
ОК11		+			+		+			+	+						
ОК12		+			+		+			+	+						
ОК13	+			+		+		+				+					

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Вченої ради КНУТД

Іван ГРИЦЕНКО

" 24 " 2011 року



Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Підготовки другого (магістерського) рівня з галузі знань 07 Управління та адміністрування
(назва рівня вищої освіти) (шифр і назва галузі знань)

Кваліфікація магістр з маркетингу
(назва)

спеціальність 075 Маркетингу
(шифр і назва спеціальності)

Строк навчання Трік 4 місяці
(роки і місяці)

освітня програма комунікаційний маркетинг
(назва освітньої програми)

на основі бакалавр
(освітній ступінь)

Форма здобуття вищої освіти денна
(денна, вечірня, заочна, дистанційна)

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Вересень				Жовтень				Листопад				Грудень				Січень				Лютий				Березень				Квітень				Травень				Червень				Липень				Серпень							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	s	s	s	s	С	С	С	С	К	К	К	К	НД	НД	НД	НД	*	*	*	*	*	*	*	*	s	s	С	С	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
2	П/П	П/П	П/П	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	А	А																																		

ПОЗНАЧЕННЯ: * – теоретичне навчання; s – індивідуальні заняття та консультації; С – екзаменаційна сесія (в т.ч. додаткова для ліквідації академзаборгованостей); НД – науково-дослідна практика; П – переддипломна практика; К – канікули; д – дипломне проскування; А – Атестація

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, тижні

Курс	Теоретичне навчання, індивідуальні заняття та консультації	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	Виконання дипломної роботи (проекту)	Канікули	Разом
1	30	5	4			13	52
2			6	2	12		20
Разом	30	5	10	2	12	13	72

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Науково-дослідна	2	4
Переддипломна	3	6
		10

IV. АТЕСТАЦІЯ


Форма атестації (атестаційний екзамен, дипломна робота)	Семестр
Захист дипломної магістерської роботи	3

Шифр за ОПП	НАЗВА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ECTS	Кількість годин						Розподіл годин на тиждень за курсами і семестрами		
		Екзамени	Заліки	Курсові			Загальний обсяг	Всього	Аудиторних			Самостійна робота	1 курс		2 курс
				проекти	роботи				у тому числі:				Семестри		
		лекції	лабора-торні						прак-тичні (семінарські)	1	2		3		
		Кількість тижнів в семестрі													
12	12														
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ															
1.1. Дисципліни циклу загальної підготовки															
	Ділова іноземна мова		1			3,0	90	24			24	66	2		
	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	1				3,0	90	24	12		12	66	2		
	Всього з циклу	1	1			6,0	180	48	12		36	132	4		
1.2. Дисципліни циклу професійної підготовки															
	Стратегічний маркетинг	1			КРФ	3,0	90	24	12		12	66	2		
	Бізнес-аналітика	2				3,0	90	36	12		24	54		3	
	Рекламний менеджмент	1				3,0	90	24	12		12	66	2		
	Бренд-орієнтовне управління	2				3,0	90	36	12		24	54		3	
	Маркетинговий менеджмент	1				3,0	90	24	12		12	66	2		
	Комерційна діяльність посередницьких організацій	2				3,0	90	36	12		24	54		3	
	Маркетинг соціальних мереж	2				3,0	90	36	12		24	54		3	
	Копірайтинг		1			3,0	90	24	12		12	66	2		
	Всього з циклу	7	1		1	24,0	720	240	96		144	480	8	12	
2. ДИСЦИПЛІНИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ СТУДЕНТА															
	Дисципліна 1		1			6,0	180	36	12		24	144	3		
	Дисципліна 2		1			6,0	180	36	12		24	144	3		
	Дисципліна 3		2			6,0	180	36	12		24	144		3	

Дисципліна 4		2		6,0	180	36	12		24	144		3	
Всього вибіркових дисциплін		4		24,0	720	144	48		96	576	6	6	0
3. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА													
Науково-дослідна практика		2		6,0	180					180		НД	
Переддипломна практика		3		9,0	270					270			П
Всього з циклу		2		15,0	450					450			
Атестація													
Дипломна магістерська робота				21,0	630					630			Д
Всього з циклу				21,0	630					630	0	0	
Всього	8	8	1	90	2700	432	156		276	2268	18	18	
Загальна кількість кредитів											30	30	
Кількість годин на тиждень											18	18	
Кількість екзаменів		8									4	4	
Кількість заліків		8									4	3	1
Кількість курсових проєктів													
Кількість курсових робіт												1	

Схвалено Вченою радою ФЕБ
протокол від "16" лютого 2021 р. № 9

Погоджено
проректор

 Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Керівник навчального відділу

Декан факультету економіки та бізнесу

в.о. завідувача випускової
кафедри МКД

Гарант освітньої програми


(підпис)


Ірина ЖУКОВА

(ініціали та прізвище)


(підпис)

Олександра ОЛЬШАНСЬКА

(ініціали та прізвище)


(підпис)

Юлія КОСТИНЕЦЬ

(ініціали та прізвище)


(підпис)

Олена ЄВСЕЙЦЕВА

(ініціали та прізвище)

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Комунікаційний маркетинг»
підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
в Київському національному університеті технологій та дизайну

Маркетинг як стратегічна функція підприємства, що функціонує в умовах розвинених ринкових відносин, конкуренції та пріоритетності потреб споживача може бути реалізована тільки за допомогою власної комунікаційної системи. Сьогодні, коли ринок перенасичений товарами на будь-який смак, перед виробниками постає проблема: яким чином розробити новий товар, встановити на нього оптимальну ціну та знайти ефективні канали збуту. Маркетингові комунікації є одним із засобів, які можуть в цьому допомогти. Ми живемо в період великого підйому технічного прогресу, який охоплює усі сфери людського буття і маркетингові комунікації не є винятком. Вони покликані проінформувати, переконати і нагадати покупцям про продукцію, а також створити позитивний імідж для підприємства. Саме тому актуальними є знання сучасних тенденцій у маркетингових комунікаціях у фахівців галузі маркетингу.

Освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» орієнтована на формування у здобувачів здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в процесі професійної діяльності у сфері комунікаційного маркетингу. Професійний рівень викладацького складу сприяє вирішенню поставлених завдань.

Особливостями освітньо-професійної програми є те, що для формування компетентностей та забезпечення результатів навчання в програму входять вибірково освітні компоненти, які передбачають викладання дизайну веб-сторінок, анімація, графіка руху та інше.

Даною освітньо-професійною програмою передбачено науково-дослідну та переддипломну практики. Головною метою переддипломної практики є оволодіння майбутніми фахівцями сучасних методів, форм організацій та засобами праці в галузі їх майбутньої професії. Завершальним етапом навчання є атестація, яка здійснюється у формі магістерської дипломної роботи.

Враховуючи вищезазначене можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у Київському національному університеті технологій та дизайну є актуальною і передбачає підготовку висококваліфікованих магістрів маркетингу.

Директор
комунального підприємства
Київської міської ради
«Центр публічної
комунікації та інформації»



Анна КУНИЦЬКА

РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму
на здобуття освітнього ступеня магістр з маркетингу
спеціальності 075 «Маркетинг»
Київського національного університету технологій та дизайну**

Рух від масового до персоналізованого й інтерактивного маркетингу передбачає кардинальні зміни у сучасному бізнесі, особливо у тому, що стосується стилю спілкування компанії зі своїми клієнтами. По-перше, це намагання продавців працювати з кожним конкретним покупцем. По-друге, це необхідність урахування специфічних потреб кінцевих споживачів і шляхом відлагодженого процесу доведення продукту до замовника – спроби усунути вади серійного виробництва. Така можливість виникає завдяки революційним перетворенням у сфері маркетингу й інформаційних технологій. Поява нового маркетингового інструментарію і нових технологій відкриває великі можливості для розроблення оптимальних стратегій бізнесу загалом та маркетингу зокрема.

Освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти дозволяє студентам здобути теоретичні і практичні знання з організації та ведення маркетингової комунікаційної діяльності, навчитися застосовувати сучасні інструменти маркетингових Інтернет-комунікацій з метою орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства та облік ринкового попиту, потреб і вимог споживача, що дасть їм можливість професійно виконувати свої обов'язки за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

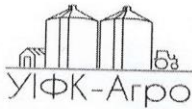
Науково-дослідна практика є складовою частиною даної освітньо-професійної програми. Для студента-магістранта важливо не тільки знати основні положення, характерні для магістерської дипломної роботи, але мати загальне уявлення про методологію наукової творчості, здобути досвід у організації своєї роботи, у використанні методів наукового пізнання та застосуванні логічних законів і правил. Інтеграція загальної і професійної освіти на базі дослідницької діяльності не лише сприяє значному підвищенню мотивації до отримання знань і формування відповідних компетенцій, але є й стимулом оновлення змісту освіти в цілому.

Враховуючи вищезазначене можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти є актуальною і передбачає підготовку висококваліфікованих магістрів маркетингу.

**Директор
Департаменту суспільних комунікацій
виконавчого органу Київської
міської ради (Київської міської
державної адміністрації)**



Роман ЛЕЛЮК



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «УІФК-АГРО»
Р/р UA56380805000000026001612042 в АТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ» МФО 380805
ЄДРПОУ 34821667,

Україна, Київська область, Баришівський район, с. Коржі, вул. Промислова, 40/1
тел./факс 04576-2-24-92 електронна адреса : sekretar@uifk-agro.com.ua

Вих. №

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Комунікаційний маркетинг»
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Функціонування сучасного ринку характеризується дедалі більшим насиченням ринкового простору маркетинговою інформацією, зростанням її необхідності та цінності. У цих умовах набувають важливого значення процеси формування попиту і потреб споживачів та здійснення на них маркетингового впливу. Саме ефективна маркетингова комунікаційна політика спроможна не тільки надати споживачеві необхідні дані щодо характеристик товарів (послуг), умов укладання угод, особливостей конкурентної пропозиції, а й викликати прихильність покупців, створити атмосферу емоційного взаєморозуміння, доброзичливості і довіри між виробником, споживачами і суспільством.

Представлена освітньо-професійна програма дозволяє здобувачу вищої освіти сформувати інтегральну компетентність – здатність використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Структура освітньо-професійної програми передбачає наявність обов'язкових компонент, які формують професійні програмні компетенції і забезпечують здобуття поглиблених знань зі спеціальності 075 «Маркетинг», що відображають наукові інтереси здобувача вищої освіти, які потім відображаються у дипломній магістерській роботі.

Розроблена освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у Київському національному університеті технологій та дизайну передбачає розвиток здобувача вищої освіти як в особистісному так і професійному плані, а її результатом є не просто набуття спеціальних знань, умінь та навичок, а і формування ключових професійних компетентностей, адекватних сучасним умовам.

Рецензована освітньо-професійна програма, підготовлена кафедрою маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, забезпечує комплексний та цільовий підходи до підготовки кваліфікованого магістра з маркетингу, є перспективною для ринку праці, а її випускники можуть представляти особливий інтерес та цінність для працедавців. З урахуванням вищезазначеного є всі підстави рекомендувати освітньо-професійну програму «Комунікаційний маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти до впровадження в освітній процес у Київському національному університеті технологій та дизайну.

Директор,
ТОВ «УІФК-Агро»



Дітріх Трайс

РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Комунікаційний маркетинг»
підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг в
Київському національному університеті технологій та дизайну**

Освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» що реалізується у Київському національному університеті технологій та дизайну за спеціальністю 075 «Маркетинг» являє собою систему документів, розроблену і затверджену закладом вищої освіти з урахуванням вимог праці на підставі Стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю. Освітньо-професійна програма регламентує цілі, очікуванні результати, зміст, умови та технології реалізації освітнього процесу, оцінку якості підготовки випускника за даною спеціальністю.

Представлена освітньо-професійна програма підготовки магістрів з маркетингу передбачає студентоцентричний підхід, використання активних форм навчання, створює передумови для підготовки компетентних фахівців з управління бізнес-процесами підприємств, установ і організацій в конкурентному середовищі, а також забезпечує взаємозв'язок теоретичних знань та практичних навичок, отриманих під час вивчення дисциплін професійної та практичної підготовки під час проходження практик, передбачених навчальним планом.

Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми відповідає, профілю дисциплін, що викладаються. Особливістю даної освітньої програми є те, що до викладання практичних занять залучені особи з досвідом практичної підготовки за даною спеціальністю, які працюють на посадах керівників та провідних фахівців.

Навчальні компоненти освітньо-професійної програми, передбачені навчальним планом, повністю відповідають поставленим завданням до підготовки магістрів з маркетингу, враховують інтереси усіх зацікавлених стейкхолдерів, що дає підстави рекомендувати освітньо-професійну програму «Комунікаційний маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг до впровадження в освітній процес у Київському національному університеті технологій та дизайну.

Директор креативної агенції
«АЙДЕН.ТІМ»



Сенча Марія Вікторівна