

**Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності 075 Маркетинг**

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу 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 Освітня програма – Комунікаційний маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Комунікаційний маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки
Наявність акредитації	Акредитація - Сертифікат РД-IV № 1124433 до 1 липня 2023 р. Сертифікат напряму РД-II № 1156623 до 1 липня 2023 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень
Передумови	Ступінь бакалавра, або ОКР спеціаліста
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07. 2023 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.com.ua/files/profiles_pr/2.6.pdf
2 - Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
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 – 75%, з них: дисципліни загальної підготовки – 6 %, професійної підготовки – 50%, практична підготовка – 12%, вивчення іноземної мови – 6%, дипломне проектування – 26%. Дисципліни вільного вибору студента – 25%.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма: «Маркетинг» Спеціалізація: «Комунікаційний маркетинг» спрямована на формування повного комплексу фахових компетенцій, що дають можливість випускникам здійснювати функції маркетингу у сфері сучасного підприємництва, виконувати наукові програми
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, є мобільною за програмою «Подвійний диплом». Програма викладається українською, російською та англійською мовами.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	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. Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (поглиблено на підприємствах промисловості та послуг, підприємствах з іноземними інвестиціями)
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за освітньо-науковою програмою.

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Викладання проводиться у вигляді лекцій, практичних занять, лабораторних робіт, семінарів, роботи в малих групах, проведення індивідуальних занять, проходження практики, консультацій з викладачами, самонавчання через електронне Модульне середовище навчального процесу КНУТД. Інтерактивні лекції та практичні заняття.
Оцінювання	Усні та письмові екзамени, тестування, есе, проектні роботи, презентації, звіти, контрольні роботи, курсова (проектна) робота, захист дипломної магістерської роботи.

6 - Програмні компетентності

Інтегральна компетентність	ІК	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в управлінській професійній діяльності (у т.ч. у процесі навчання), що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1	Здатність навчатися та бути сучасно навченим.
	ЗК2	Здатність продукувати нові ідеї, системно мислити, проявляти креативність, гнучкість, вміння управляти часом.
	ЗК3	Здатність використовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій
	ЗК4	Здатність до аналізу та синтезу як інструментарію виявлення проблем та прийняття рішень для їх розв'язання на основі логічних аргументів та перевірених фактів.
	ЗК5	Здатність працювати з інформацією, у тому числі в глобальних комп'ютерних мережах. Уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел.
	ЗК6	Здатність проводити дослідження та процесів з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків
	ЗК7	Здатність підтримувати сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі, налагоджувати ефективну взаємодію в команді, створювати сприятливі умови для навчання та саморозвитку персоналу підприємства.

Фахові компетентності (ФК)	ФК1	Здатність забезпечувати реалізацію функцій та принципів маркетингу на підприємствах (у підрозділах) відповідно до визначених стратегічних орієнтирів.
	ФК2	Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в економіці та формувати на цій основі стратегію розвитку підприємства.
	ФК3	Здатність розуміти економічні та правові основи функціонування підприємства, визначати потреби та напрями раціонального використання ресурсів організації.
	ФК4	Здатність обґрунтовувати управлінські рішення, спроможність забезпечувати їх правомочність та здатність здійснювати ефективний контроль за їх виконанням
	ФК5	Здатність формувати кадрову стратегію в сучасних умовах, здійснювати набір, відбір, оцінку персоналу, розробляти ефективну систему мотивації та оплати, створення сприятливих умов навчання та саморозвитку персоналу підприємства.
	ФК6	Здатність до аналізування та оцінювання соціально-економічних процесів, розгляду суспільних явищ в конкретних історичних умовах.
	ФК7	Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу
	ФК8	Здатність використовувати математичний інструментарій для дослідження економічних процесів, розв'язання прикладних економічних та оптимізаційних завдань в сфері управління підприємствами.
	ФК9	Здатність до ефективних комунікацій та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та/або письмово із використанням сучасних інформаційно-комунікаційні технології та відповідною діловою мовою, в тому числі іноземною.
	ФК10	Здатність підтримувати належний рівень економічних знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку, вивчати і впроваджувати передовий досвід, удосконалювати методичний інструментарій та стандарти управлінської роботи.
	ФК11	Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства
	ФК12	Організувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю

7 - Програмні результати навчання

Знання та розуміння:	
ПРН1	Володіння методами вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту

ПРН2	Володіння методами підготовки пропозицій стосовно змін та розвитку товарного асортименту
ПРН3	Володіння методами розроблення цінової політики.
ПРН4	Володіння методами підготовки медіа-планів
ПРН5	Володіння методами підготовки базових даних для маркетингового аналізу
ПРН6	Володіння англійською мовою, включаючи спеціальну термінологію для проведення пошуку літератури
Застосування знань та розумінь (уміння):	
ПРН7	Здатність обирати інструментарій маркетингового дослідження
ПРН8	Здатність до здійснення моніторингу та аналізу діяльності конкурентів
ПРН9	Вміння тестувати торгівельні марки, визначати етапи їхнього життєвого циклу
ПРН10	Здатність досліджувати канали розподілу та розробки схем постачання товару до кінцевого споживача
ПРН11	Здатність аналізувати комплекс маркетингових комунікацій
ПРН12	Здатність приймати участь у складанні аналітичних звітів за результатами діяльності підприємства та його підрозділів
ПРН13	Навички підготовки бізнес-планів
ПРН14	Володіння навичками складання короткотермінових маркетингових планів та розробки маркетингової стратегії
ПРН15	Уміння складати економічну звітність, обчислювати показники господарської діяльності підприємства, організації та установи
ПРН16.	Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства
ПРН17	Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок
ПРН18	Здатність до моделювання поведінки організації та споживача з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу
ПРН19	Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірнісно-математичні методи їх розв'язання
Формування суджень:	
ПРН17	Набуття навичок підготовки пропозицій щодо вдосконалення споживчих властивостей товарів чи послуг з урахуванням соціально-демографічних характеристик різних груп споживачів, динаміки їхніх прибутків, необхідних ресурсів та витрат тощо
ПРН18	Набуття навичок дослідження чинників, що впливають на збут, та аналізу результатів збутової політики
ПРН19	Набуття навичок розроблення заходів стимулювання збуту
ПРН20	Вміння складати маркетингові та креативні брифи
ПРН21	Вміння підготовки планів розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій, рекламних кампаній
ПРН22	Розробка перспективних та поточних планів маркетингової діяльності

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної, творчої та фахової роботи, іноземні лектори.
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальні приміщення, комп'ютерні робочі місця, мультимедійні класи дозволяють повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньою програмою.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://knutd.com.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми викладені Модульному середовищі освітнього процесу КНУТД: https://msnp.knutd.edu.ua . Всі ресурси науково-технічної бібліотеки доступні через сайту університету: http://knutd.com.ua/university/library/ . Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Електронний репозитарій наукової бібліотеки КНУТД містить понад 6 тисяч найменувань наукових праць: http://er.knutd.com.ua .

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Передбачає можливість національної кредитної мобільності за деякими освітніми компонентами, що забезпечують набуття загальних або фахових компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	Мобільність студентів організовується на підставі партнерської угоди про співробітництво із зарубіжними університетами про участь у міжнародних освітніх програмах, які дають можливість: одержати додаткові знання у суміжних галузях науки; удосконалювати рівень володіння іноземною мовою; ознайомитися із зарубіжною культурою, історією; одержати диплом зарубіжного університету та диплом КНУТД.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Основні навчальні модулі забезпечені навчально-методичним комплексами для іноземних студентів російською та англійською мовами.

