

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ І МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки

Голова Вченої ради



(протокол № 7 від «31» 05 2024 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з __ вересня 2024 р.

Ректор

Анатолій ЦЬОСЬ



наказ № 13 з від «31» 05 2024 р.

Луцьк – 2024

Передмова

Освітня програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки магістрів у галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.

Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

Освітня програма розроблена проектною групою ВНУ імені Лесі Українки у складі:

1. Букало Н.А. – доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), доцент кафедри обліку і аудиту.

2. Рейкін В.С. – професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, 08.00.03 – економіка та управління національним господарством, професор кафедри менеджменту та адміністрування.

3. Милько І.П. – доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, доцент кафедри міжнародної економіки.

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

Здобувачі вищої освіти:

1. Щербакова Анастасія – здобувач освітнього рівня Бакалавр спеціальності 075 Маркетинг.

2. Кузьмич Юлія – здобувач освітнього рівня Бакалавр спеціальності 075 Маркетинг.

Стейкхолдери:

1. Рикальський Олександр, директор ТОВ «ТР.Е.К».

2. Жуковець Олександр, директор ПП «Трек-Захід».

3. Войтович Сергій, голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу».

4. Кас'ян Ольга, директор з маркетингу ПрАТ «Едельвіка».

5. Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції Partyzan.

6. Оксенюк Віталій, директор маркетингової агенції «Офіс маркетолога Оксенюка».

Освітня програма погоджена вченою радою факультету економіки та управління (протокол №9 від 24 квітня 2024 р.), схвалена науково-методичною комісією факультету (протокол № 8 від 24 квітня 2024 р.) та затверджена Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 7 від 31 травня 2024 р.).

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітньо-професійну програму регулюється Порядком формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, затвердженим Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки та

Положенням про розроблення, затвердження, моніторинг, перегляд та закриття освітніх програм у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, затвердженим Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Ця освітня програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

1. Профіль освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика зі спеціальності 075 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Заклад вищої освіти	Волинський національний університет імені Лесі Українки, факультет економіки та управління, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	-
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг і міжнародна логістика
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, загальний термін навчання – 1 роки 4 місяців. Другий рівень вищої освіти.
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	На базі освітнього ступеня бакалавр, магістр, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст
Мова викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	https://vnu.edu.ua/uk/chairs/kafedra-marketynhu
2. Мета освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика	
Метою освітньої програми є набуття теоретичних знань, формування практичних вмінь і навиків щодо професійної підготовки за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу і міжнародної логістики, необхідними для провадження ефективної фахової діяльності.	
3. Характеристика освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Освітня програма Маркетинг і міжнародна логістика Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: 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. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та логістики та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової та логістичної діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу та міжнародної логістики. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової та логістичної діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації управлінських рішень в сфері маркетингу та міжнародної логістики.
Орієнтація освітньої програми	Програма передбачає оволодіння базовими знаннями та прийняття управлінських рішень щодо функціональних складових маркетингу та міжнародної логістики. Програма спрямована на надання знань та формування навичок у сфері маркетингу та міжнародної логістики як актуальної складової ведення бізнесу. Програма орієнтує на вирішення актуальних проблем розвитку вітчизняних підприємств на основі досягнень маркетингової науки, які враховують специфіку господарювання в умовах євроінтеграції та глобалізації. Програма враховує особливості функціонування ринкових суб'єктів у сфері маркетингу та міжнародної логістики на різних ієрархічних рівнях, забезпечує розуміння змісту маркетингової діяльності та необхідності застосування логістичних інструментів для прийняття якісних управлінських рішень. Освітня програма ґрунтується на методології та фундаментальних засадах науки, на практичних результатах сучасних досліджень маркетингу та логістичної сфери.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітня програма передбачає здобуття поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок у сфері маркетингу і міжнародної логістики, опанування загальними засадами методології наукової та професійної діяльності, набуття інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання фахових завдань відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинг, міжнародна логістика, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, міжнародна логістика.
Особливості програми	Програма враховує специфіку транскордонного розташування регіону, а також актуальність міжнародної логістичної діяльності в контексті безпекових викликів та загроз в умовах невизначеності та підвищених ризиків. Це обумовлює підвищений попит з боку суб'єктів

	господарювання на оптимізацію регіональних транспортних потоків, розміщення складських центрів та транзитних баз. Тому освітній процес ОП побудований на міждисциплінарному підході, кросфункціональній взаємодії, залученні практиків зі сфери маркетингу та логістики, встановленні партнерства роботодавців і здобувачів освіти з метою набуття останніми практичного досвіду та їх адаптації до умов реальної ринкової діяльності.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, працювати в логістичних, транспортних, експедиційних, поштових, складських компаніях, на підприємствах, де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, виробництва та збуту, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків. Фахівець здатний виконувати зазначену професійну роботу (ДК 003:2010): 1443 Менеджер (управитель) з транспортно-експедиторської діяльності 1451 Менеджер (управитель) в торгівлі транспортними засобами 1452 Менеджер (управитель) в оптовій торгівлі 1453 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами 1454 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 Менеджер (управитель) з логістики Менеджер (управитель) з постачання Менеджер (управитель) із збуту Менеджер (управитель) з маркетингу 2419.2 Логіст Економіст із збуту 3422 Експедитор Експедитор транспортний 3436.1 Помічник керівника підприємства (установи, організації) 3436.2 Помічник керівника іншого основного підрозділу 3436.3 Помічник керівника малого підприємства без апарату управління
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Освітній процес побудований на принципах студентоцентрованого, проблемно-орієнтованого, інтерактивного, практико-орієнтованого навчання, спрямованого на формування компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у серії маркетингу і міжнародної логістики,

	здійснення науково-дослідної діяльності, що передбачає формування індивідуальної траєкторії навчання, використання всіх видів аудиторної і позааудиторної роботи, визнання неформальної освіти, обрання вибіркового освітніх компонентів, тем та керівників кваліфікаційних робіт, баз практики тощо. Використання традиційних та інноваційних методів у освітньому процесі. Практична спрямованість та творча орієнтованість ОП забезпечується комбінацією лекцій, практичних занять із розв'язуванням проблемних завдань та кейсів, підготовкою проєктів, дослідницькими роботами, участю та проведенням тренінгів (ділові ігри, виробничі ситуації з роботою в командах, мозкові атаки тощо), самопідготовкою на основі освітніх платформ, самостійною роботою (участь у наукових конференціях та олімпіадах, консультації з викладачами, виконання індивідуальних завдань), захистом практик, підготовкою та захистом кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну шкалу за результатами поточного та підсумкового модульного контролю у вигляді усних та/або письмових екзаменів/заліків, письмового та/або комп'ютерного тестування, захисту навчальних проєктів, захисту практик та захисту кваліфікаційної роботи відповідно до Положення про випускні кваліфікаційні роботи (проєкти).
6. Перелік компетентностей випускника	
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)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за

	фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7. Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та

	реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	100% науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання освітніх компонентів, що забезпечують спеціальні (фахові) компетентності здобувача, мають наукові ступені та вчені звання, забезпечують не менше чотирьох пунктів вимог згідно пункту 38 Ліцензійних умов. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» забезпечується підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не рідше, ніж 1 раз на 5 років. До організації освітнього процесу залучаються фахівці з досвідом практичної та управлінської роботи
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпечення, відповідно до ліцензійних умов, навчальними корпусами, приміщеннями для науково-педагогічних працівників, сучасною науковою бібліотекою, гуртожитками, що об'єднані у студентське містечко, спортивними спорудами (спортивно-оздоровчий комплекс, 12 спортивних залів, відкриті спортивні майданчики, 2 стадіони. У приміщеннях навчальних корпусів працюють 8 їдалень та буфетів на 560 посадкових місць. Функціонують ботанічний сад, агробіостанція, музеї, оздоровча база відпочинку «Гарт», центр культури та дозвілля. Навчальні корпуси, приміщення, сучасна наукова бібліотека, гуртожитки, що об'єднані у студентське містечко, спортивні споруди (спортивно-оздоровчий комплекс, 12 спортивних залів, відкриті спортивні майданчики, 2 стадіони), укриття дозволяють повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за ОП та відповідають Ліцензійним умовам. У приміщеннях навчальних корпусів функціонують їдальні. В університеті є ботанічний сад, музеї, база практик – табір «Гарт», центр культури та дозвілля. Приміщення, що використовуються в освітньому процесі, відповідають санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки, обладнані пандусами для безперешкодного доступу до приміщень осіб із ООП. У коридорах факультету економіки та управління встановлені тактильні таблички-вказівники руху шрифтом Брайля (назви аудиторій, кафедри, деканату та громадських місць). Лекційні заняття за навчальним планом підготовки

	магістрів зі спеціальності 075 Маркетинг проводяться у лекційних аудиторіях, які обладнані мультимедійним обладнанням.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Освітні компоненти, що передбачені освітньою програмою, забезпечені навчально-методичними матеріалами. Університет має укладені договори про співпрацю з базами практик. Здійснюється використання навчально-методичних матеріалів у системі управління навчанням Moodle, Office 365 ВНУ імені Лесі Українки та розробок науково-педагогічних працівників. Наявна бібліотека із загальним фондом понад 799 тисяч примірників. Читальні зали є зоною WiFi. Перелік фахових періодичних видань, у тому числі електронних фахових, – понад 30. Функціонує університетський електронний репозитарій. Електронний каталог бібліотеки містить понад 547 тисяч записів і доступний онлайн у режимі 24/7. Для навчальних цілей в університеті використовуються 22 комп'ютерні лабораторії відділу технічних засобів навчання «Центр інноваційних технологій та комп'ютерного тестування» загальною площею 939,9 м². Усі комп'ютери Центру (293 одиниці) об'єднані у корпоративну мережу з підключенням до глобальної мережі «Інтернет». Парк комп'ютерної техніки університету налічує понад 1000 одиниць.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Кожен здобувач вищої освіти має можливість в рамках національної академічної мобільності проходити у ЗВО-партнерах (на основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та університетами України) окремі курси, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів. Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома освітніми програмами або у кількох ЗВО одночасно визначається законодавством України (регламентується Постановою КМУ № 579 Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність від 12 серпня 2015 р.) та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 10 від 28 серпня 2020 р.). Національна кредитна мобільність забезпечується двостороннім договором про взаємне співробітництво, обмін студентами та професорсько-викладацьким складом між Вищою школою економіки та інновацій міста Любліна (Республіка Польща), Гуманітарно-природничим університетом імені Яна Длугоша в Ченстохові та Волинським національним університетом імені Лесі Українки (м. Луцьк).
Міжнародна кредитна мобільність	Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та

	міждержавними угодами. Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання. У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та закладами вищої освіти країн-партнерів. Регламентується Постановою КМУ № 579 Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність від 12 серпня 2015 р. та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 10 від 28 серпня 2020 р.).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено.

2. Перелік компонент освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика та їх логічна послідовність

Розподіл змісту освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика за циклами

№ з/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження (кредитів / %)		
		Нормативні компоненти освітньої програми	Вибіркові компоненти освітньої програми	Всього за весь термін навчання
1	Цикл загальної підготовки	15/23	-	15/17
2	Цикл професійної підготовки	51/77	-	/56
3	Цикл вибіркових дисциплін	-	24/100	24/27
Всього за весь термін навчання		66/75	24/25	90/100

2.1. Перелік компонент освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика

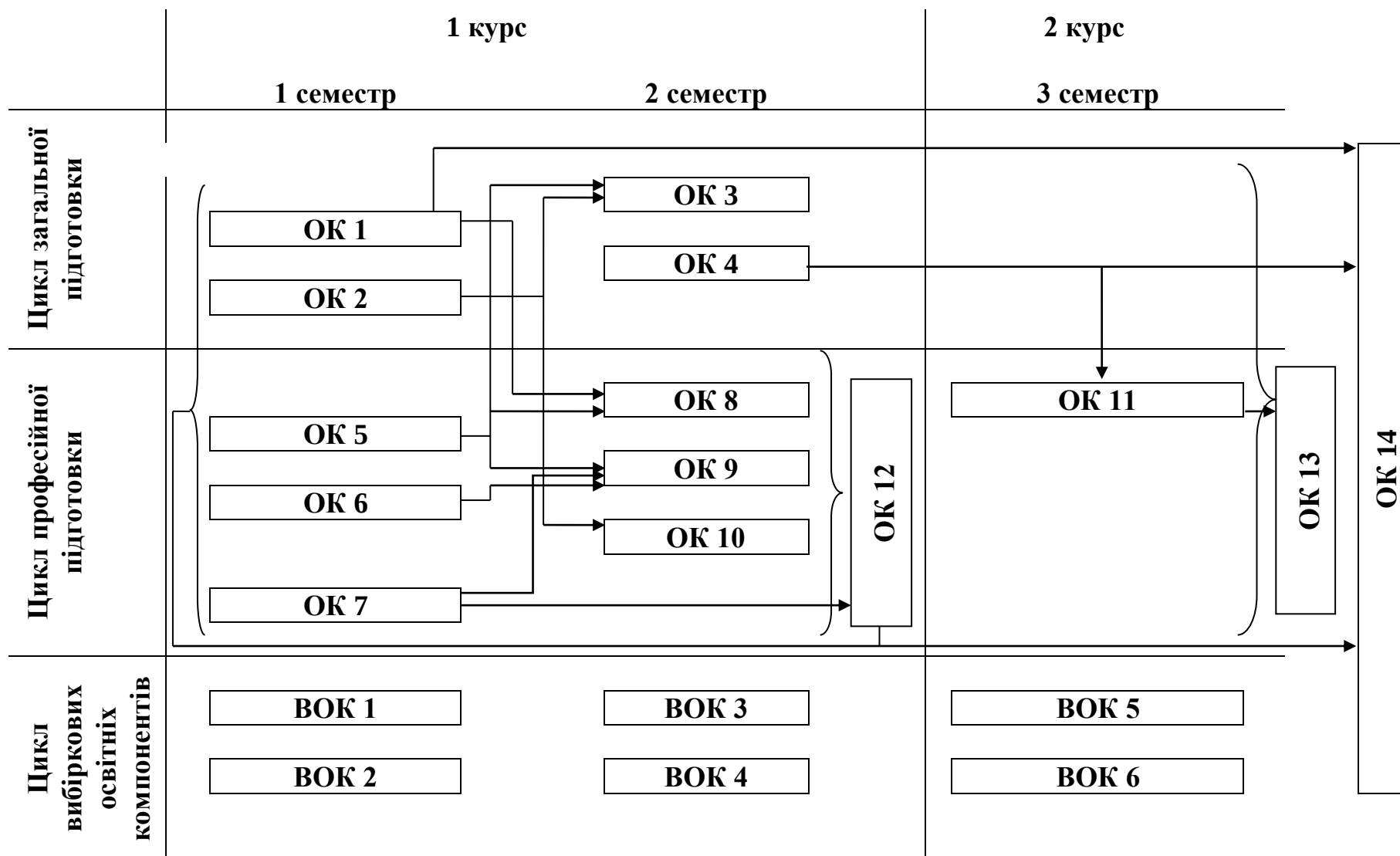
Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК.1	Методологія та організація наукових досліджень в галузі	4	залік
ОК.2	Мотивування та лідерство	4	залік
ОК.3	Технології прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності	4	залік
ОК.4	Наукова комунікація іноземною мовою	3	залік
	Всього за цикл:	15/450	Е – 0, 3 – 4
2. Цикл професійної підготовки			
ОК.5	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК.6	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК.7	Сучасні інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності	4	екзамен
ОК.8	Діагностика маркетингової та логістичної діяльності	4	екзамен
ОК.9	Інтегровані маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК.10	Інноваційне підприємництво та управління проектами	4	екзамен
ОК.11	Міжнародна логістика	4	екзамен
ОК.12	Виробнича практика з маркетингу	3	залік
ОК.13	Виробнича практика з маркетингової та міжнародної логістичної діяльності	6	залік
ОК.14	Кваліфікаційна робота	12	
	Всього за цикл:	51/1530	Е – 7, 3 – 2
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66/1980	

Вибіркові компоненти ОПП			
3. Цикл вибірових дисциплін			
ВОК.1	Вибіркова дисципліна 1	4	залік
ВОК.2	Вибіркова дисципліна 2	4	залік
ВОК.3	Вибіркова дисципліна 3	4	залік
ВОК.4	Вибіркова дисципліна 4	4	залік
ВОК.5	Вибіркова дисципліна 5	4	залік
ВОК.6	Вибіркова дисципліна 6	4	залік
	Всього за цикл:	24/720	Е – 0, 3 – 6
Загальний обсяг вибірових компонент			
Загальний обсяг ОПП		90/2700	

Конкретизація назв вибірових компонентів освітньої програми (ВД.1-12) здійснюється за результатами вибору дисциплін на основі «Положення про порядок формування індивідуальної траєкторії навчання студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки» від 30.10.2020р. <http://surl.li/keef>

Положення про порядок формування індивідуальної траєкторії навчання здобувачів Волинського національного університету імені Лесі Українки» від 29.08.2024 р. <http://surl.li/xaerka>

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика



3. 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 на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У закладах вищої освіти повинна функціонувати система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

5. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми Маркетинг і міжнародна логістика

5.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
Загальні компетентності - 8				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності - 9				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3

4.2. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Загальні компетентності								
	ЗК-1	ЗК-2	ЗК-3	ЗК-4	ЗК-5	ЗК-6	ЗК-7	ЗК-8	
Р 1									
Р 2	+	+							
Р 3	+					+		+	
Р 4	+	+		+					
Р 5						+		+	
Р 6	+							+	
Р 7		+	+						
Р 8		+			+				
Р 9	+								
Р 10	+	+							
Р 11						+			
Р 12	+							+	
Р 13	+		+						
Р 14				+	+				
Р 15						+			
Програмні результати навчання	Спеціальні (фахові) компетентності								
	СК-1	СК-2	СК-3	СК-4	СК-5	СК-6	СК-7	СК-8	СК-9
Р 1	+	+							+
Р 2	+	+							+
Р 3			+		+				
Р 4						+	+	+	
Р 5		+	+						
Р 6	+	+				+		+	
Р 7				+	+	+		+	
Р 8				+					
Р 9	+			+		+		+	
Р 10						+	+	+	
Р 11					+	+	+	+	
Р 12					+		+	+	
Р 13					+	+	+	+	
Р 14						+		+	
Р 15		+	+		+		+		

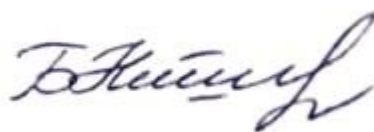
**4.3. Матриця відповідності
загальних компетентностей (ЗК) компонентам освітньої програми
Маркетинг і міжнародна логістика**

	ЗК-1	ЗК-2	ЗК-3	ЗК-4	ЗК-5	ЗК-6	ЗК-7	ЗК-8
OK.1		+				+		
OK.2	+	+			+			
OK.3	+	+						
OK.4						+		+
OK.5	+	+	+	+		+		
OK.6	+	+		+		+		+
OK.7	+					+		
OK.8	+		+			+		+
OK.9				+	+			
OK.10	+	+				+	+	+
OK.11	+		+	+	+			+
OK.12								
OK.13								
OK.14								

**4.5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми
Маркетинг і міжнародна логістика**

	P-1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	P-7	P-8	P-9	P-10	P-11	P-12	P-13	P-14	P-15
OK.1	+		+												+
OK.2								+					+	+	
OK.3			+						+	+					
OK.4					+										+
OK.5			+							+			+	+	
OK.6				+							+	+			
OK.7		+							+						+
OK.8							+				+	+			+
OK.9	+							+						+	
OK.10				+	+	+						+			
OK.11					+								+	+	
OK.12	+	+	+	+	+					+	+	+			+
OK.13	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+
OK.14	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Гарант освітньої програми



Надія БУКАЛО